

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF PEGAWAI WANITA MUSLIMAH
KAB. PADANG LAWAS DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI
*VARIABEL INTERVENING***

TESIS

Oleh:

**ZUHRIA HUSNIA HSB
NIM: 3004193051**

**PROGRAM STUDI
EKONOMI SYARI'AH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zuhria Husnia Hsb
NIM : 3004193051
Tempat Tanggal Lahir : Sibuhuan, 14 Juli 1995
Pekerjaan : Mahasiswa Pascasarjana UTN-SU Medan
Alamat : Gang Setia No. 22 Sei Kera Hilir Medan Perjuangan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul "**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF PEGAWAI WANITA MUSLIMAH KAB. PADANG LAWAS DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 13 Juni 2021

Yang membuat pernyataan




Zuhria Husnia Hsb

Lembar Persetujuan

Tesis Yang Berjudul:

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF PEGAWAI WANITA MUSLIMAH KAB.
PADANG LAWAS GAYA HIDUP SEBAGAI *VARIABLE INTERVENING*

Oleh:

Zuhria Husnia Hsb

Nim:3004193051

Disetujui Dan Disahkan Dalam Mengikuti Seminar Hasil Tesis Guna Memperoleh Gelar
Magister (S2) Program Studi Ekonomi Syariah Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Negeri Sumatera Utara
Medan, 30 Juli 2021

Penguji I,



(Dr. Muslim Marpaung, M. Si)

NIP :196407261991031008

Penguji II,



(Dr. M. Ridwan, MA)

NIP :197608202003121002

Dosen Penguji III,

(Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, MA)

NIP :19790712009122003

Dosen Penguji IV,

(Maryam Batubara, MA, Ph.D)

NIP :197207162003122003

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU)

(Maryam Batubara, MA, Ph.D)

NIP :197207162003122003


LEMBAR PENGESAHAN

Tesis yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumtif Pegawai Wanita Mmuslimah Kab. Padang Lawas Dengan Gaya Hidup Sebagai *Variabel Intervening*” An. ZUHRIA HUSNIA HSB. NIM 3004193051 telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Jum’at, 27 Agustus 2021. Tesis ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi (ME) Program Studi Ekonomi Syari’ah.

Medan, 25 September 2021.

Panitia Sidang Ujian Tesis
Fakutas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Sekretaris,

Ketua,



(Maryam Batubara, MA, Ph.D)
NIP :197207162003122003

(yusrizal S.E., M.Si)
NIP :197505222009011006


Penguji I,


(Dr. Muslim Marpaung, M. Si)
NIP :196407261991031008


Penguji II,


(Dr. M. Ridwan, MA)
NIP :197608202003121002

Penguji III,


(Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, MA)
NIP :19790712009122003

Penguji IV,


(Maryam Batubara, MA, Ph.D)
NIP :197207162003122003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN-SU Medan

(Dr. Muhammad Yafiz, MA)
NIP : 19760423200312100

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zuhria Husnia Hsb

NIM : 3004193051

Tempat Tanggal Lahir : Sibuhuan, 14 Juli 1995

Pekerjaan : Mahasiswa Pascasarjana UIN-SU Medan

Alamat : Gang Setia no. 22 Sei Kera Hilir Medan Perjuangan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul "**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF PEGAWAI WANITA MUSLIMAHKAB. PADANG LAWAS DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 13 Juni 2021
Yang membuat pernyataan

Zuhria Husnia Hsb



ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF WANITA PEGAWAI MUSLIMAH KAB. PADANG LAWAS DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(ZUHRIA HUSNIA HSB)

NIM : 3004193051
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tempat Tanggal Lahir : Sibuhuan, 14 Juli 1995
Nama Ayah : Mhd. Zam-zami Hsb
Nama Ibu : Ernida Pasaribu
Pembimbing : 1. Dr. Muslim Marpaung, M.A
2. Dr. M. Ridwan, M.A

Perilaku Konsumtif merupakan fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat saat ini. Perilaku konsumtif yang terjadi pada masyarakat dapat dilihat dari gaya hidup dan kebiasaan hidup yang semakin hari menuju kearah yang mewah dan berlebihan. Dalam aktivitas perilaku konsumtif biasanya akan mengeluarkan dana yang cenderung tidak sedikit karena lebih cenderung untuk memenuhi tuntutan keinginan daripada kebutuhan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel lingkungan sosial, budaya, religiusitas, dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas dengan gaya hidup sebagai variabel *intervening* Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jalur dan menggunakan bantuan program SPSS versi 20.0. penelitian ini menggunakan angket dengan sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, budaya secara parsial berpengaruh, religiusitas secara parsial berpengaruh dan konsep diri secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap gaya hidup secara parsial, secara parsial budaya berpengaruh terhadap gaya hidup, religiusitas secara parsial berpengaruh secara parsial, sedangkan untuk pengaruh konsep diri terhadap gaya hidup berpengaruh secara signifikan. Dari hasil uji signifikansi diperoleh lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan dan nyata terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup Pegawai Muslimah Kab. Padang Lawas. Sedangkan untuk variabel budaya, religiusitas dan konsep diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas. dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan sebesar 5 %.

Kata kunci: lingkungan sosial, budaya, religiusitas, konsep diri, perilaku konsumtif dan gaya hidup.



ABSTRACT

CONSUMPTION BEHAVIOR ANALYSIS OF WOMEN MUSLIMAH EMPLOYEES KAB. PADANG LAWAS WITH LIFESTYLE AS INTERVENING VARIABLE

(ZUHRIA HUSNIA HSB)

NIM : 3004193051
Study program : Sharia Economics
Date of birth : Sibuhuan, July 14, 1995
Father's name : Mhd. Zam-zami Hsb
Mother's name : Ernida Pasaribu
Advisor : 1. Dr. Muslim Marpaung, MA
2. Dr. M. Ridwan, MA

Consumptive behavior is a phenomenon that has plagued many people's lives today. Consumptive behavior that occurs in society can be seen from the lifestyle and habits of life that are increasingly leading to luxury and excess. In the activity of consumptive behavior will usually spend funds that tend to be not small because it is more likely to meet the demands of desires than needs. The purpose of this study was to determine the direct and indirect influence between the variables of the social environment, culture, religiosity, and self-concept on the consumptive behavior of female Muslimah Kab. Padang Lawas with lifestyle as an intervening variable. This research method uses a quantitative approach with pathways and uses the SPSS version 20.0 program. This study uses a questionnaire with a sample of 100 respondents. The results showed that partially the social environment had no effect on consumptive behavior, partially influenced culture, partially influenced religiosity and self-concept partially influenced consumptive behavior. The social environment does not affect lifestyle partially, partially culture influences lifestyle, religiosity partially affects partially, while the influence of self-concept on lifestyle has a significant effect. From the results of the significance test, it was found that the social environment had no significant and significant effect on consumptive behavior through the lifestyle of Muslimah Kab. Old Field. Meanwhile, the variables of culture, religiosity and self-concept have a significant effect on consumptive behavior through the lifestyle of female Muslim employees of Kab. Old Field. with a 95% confidence level or an error rate of 5%.

Keywords: social environment, culture, religiosity, self-concept, consumptive behavior and lifestyle.



نبذة مختصرة

تحليل سلوك استهلاك النساء المسلمات العاملات في كاب. PADANG LAWAS

مع أسلوب حياة متغير
(زهريّة حسنية نهسو)

نيم : 3004193051

برنامج الدراسة : اقتصاديات الشريعة

تاريخ الولادة : سيوهوان ، 14 يوليو 1995

اسم الاب : ام دي. زمزمي

اسم الأم : ارنيذا باساريبو

مستشار : 1. د. مسلمار بونج ، ماساتشوستس

2. د. م. رضوان ، ماجستير

السلوك الاستهلاكي ظاهرة ابتليت بالكثير من الناس اليوم. يمكن رؤية السلوك الاستهلاكي الذي يحدث في المجتمع من نمط الحياة وعادات الحياة التي تؤدي بشكل متزايد إلى الرفاهية والإفراط. في نشاط السلوك الاستهلاكي عادة ما تنفق الأموال التي تميل إلى أن تكون ليست صغيرة لأنه من المرجح أن تلبية متطلبات الرغبات أكثر من الاحتياجات. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد التأثير المباشر وغير المباشر بين متغيرات البيئة الاجتماعية ، والثقافة ، والتدين ، ومفهوم الذات على السلوك الاستهلاكي للإناث مسلمة كاب. الحقل القديم مع نمط الحياة كمتغير متداخل تستخدم طريقة البحث هذه نهجاً كمياً مع المسارات وتستخدم برنامج SPSS الإصدار 20.0. تستخدم هذه الدراسة استبياناً مع عينة من 100 مستجيب. وأظهرت النتائج أن البيئة الاجتماعية لم يكن لها تأثير جزئي على السلوك الاستهلاكي ، وتأثر الثقافة جزئياً ، وتأثر التدين جزئياً ، وتأثر مفهوم الذات جزئياً في السلوك الاستهلاكي. لا تؤثر البيئة الاجتماعية على نمط الحياة جزئياً ، فالثقافة تؤثر جزئياً على نمط الحياة ، والتدين يؤثر جزئياً ، في حين أن تأثير مفهوم الذات على نمط الحياة له تأثير كبير. من نتائج اختبار الأهمية ، وجد أن البيئة الاجتماعية ليس لها تأثير معنوي وهام على السلوك الاستهلاكي من خلال أسلوب حياة مسلمة كاب. الحقل القديم. وفي الوقت نفسه ، فإن متغيرات الثقافة والتدين ومفهوم الذات لها تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي من خلال أسلوب حياة الموظفات المسلمات في كاب. الحقل القديم. بمستوى ثقة 95٪ أو معدل خطأ 5٪.

الكلمات المفتاحية: البيئة الاجتماعية ، الثقافة ، التدين ، مفهوم الذات ، السلوك الاستهلاكي وأسلوب الحياة.

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang tak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik sesuai kemampuan penulis. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Rasulullah SAW, *qudwah hasanah* dalam menjalankan aktivitas sehari-hari yang syafaatnya diharapkan di hari kemudian kelak. *Allahumma Shalli 'ala Muhammad wa'ala ali muhammad.*

Tesis dengan judul “**Analisis Perilaku Konsumtif Pegawai wanita Muslimah Kab. Padang Lawas Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel *Intervening***” yang diselesaikan untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memperoleh gelar Magister dalam bidang ilmu ekonomi syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SUN) Medan.

Tesis ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis. Ucapan terima kasih teristimewa untuk Ayahanda Mhd. Zam-zami Hasibuan dan Ibunda tercinta Ernida Pasaribu yang telah membesarkan, mendidik, dan mendoakan serta sumber semangat penulis. Untuk saudara-saudaraku tersayang abang Ahmad panusunan, Abang Torkis Pardamean Hsb, S.E, serta adekku tercinta Zaini Yusuf, dan Duraya Qodariyah Hsb, serta para kakak ipar dan keponakan yang selalu membuat mood penulis baik.

Tesis ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan bimbingan dari guru besar, dosen-dosen, keluarga dan kerja sama dari rekan sejawat peneliti yang ada di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Medan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr Syahrin Harahap, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

3. Ibu Maryam Batubara, M.A., Ph.D dan bapak Yusrizal, M.Si selaku ketua dan sekretaris jurusan program studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
4. Bapak Dr. Muslim Marpaung, M.Si selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengajarkan dan mengarahkan penulis sampai dengan selesai.
5. Bapak Dr. M. Ridwan, M.A selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan masukan atau saran kepada penulis untuk kesempurnaan tesis ini.
6. Rekan-rekan tercinta pada program studi Ekonomi Syariah yang sama-sama berjuang, saling membantu dan saling menyemangati dalam mengerjakan tesis ini, teristimewa untuk sahabat-sahabatku tersayang Siti Masitoh Hasibuan yang banyak penulis repotkan mulai dari pembuatan proposal sampai tesis, Sonya Melinda Nasution serta Juliana sari yang selalu menjadi tempat berbagi dan meminta saran.

Terimakasih atas segala bantuannya, tesis ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan dan kerjasamanya. Semoga bantuan tersebut memperoleh balasan berupa pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna, karena masih terdapat kesalahan dan kekeliruan dari segi penulisan dan penyusunannya. Oleh karena itu, penulis masih menerima kritikan dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian ini.

Medan, 13 Juni 2021.

Penulis

Zuhria Husnia Hsb, S.E

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan bahasa Arab ke bahasa latin.

Penulisan transliterasi ‘Arab-Latin di sini menggunakan transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	sa'	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di atas)
خ	Kha	kh	Ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	Es dan ye
ص	Sad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	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
هـ	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof

ي	Ya	y	Ye
---	----	---	----

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
--- ◌◌---	Fathah	a	a
--- ◌◌--	Kasrah	i	i
-- ◌◌---	Dammah	u	u

Contoh:

كتب	→	<i>kataba</i>	يذهب	→	<i>yadzhabu</i>
سئل	→	<i>su'ila</i>	كرذ	→	<i>kuridza</i>

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasi sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ي-- ◌◌---	Fathah dan ya	ai	a dan i
و-- ◌◌---	Fathah dan wawu	au	a dan u

Contoh:

كيف	→	<i>kaifa</i>	هول	→	<i>haua</i>
-----	---	--------------	-----	---	-------------

3. Maddah

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

a. *Fathah* + huruf *alif*, ditulis = a dengan garis di atas, seperti:

رَجَالٌ → *rijālun*

b. *Fathah* + huruf *alif layyinah*, ditulis = a dengan garis di atas, seperti:

مُوسَى → *mūsā*

c. *Kasrah* + huruf *ya' mati*, ditulis = i dengan garis di atas, seperti:

مُجِيبٌ → *mujībun*

d. *Dammah* + huruf *wawu mati*, ditulis = u dengan garis di atas, seperti:

قُلُوبٌ → *qulūbuhum*

4. *Ta' Marbutah*

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua:

a. *Ta' Marbutah* hidup atau yang mendapat harakah *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah “t”.

b. *Ta' Marbutah* mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”

Contoh: طَلْحَةٌ → *Talhah*

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 “h”.

Contoh: رَوْضَةُ الْجَنَّةِ → *Raudah al-jannah*

5. *Syaddah (Tasydid)*

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

Contoh: رَبَّنَا → *rabbana* نَعِمَ → *na'ima*

6. Penulisan Huruf *Alif Lam*

a. Jika bertemu dengan huruf *qamariyah*, maupun *qomariyah* ditulis dengan metode yang sama yaitu tetapi ditulis *al-*, seperti:

الْكَرِيمُ الْكَبِيرُ → *al-karīm al-kabīr*

b. Berada di awal kalimat, ditulis dengan huruf capital, seperti :

العزیز الحکیم → *al-Azīz al-hakīm*

c. Berada di tengah kalimat, ditulis dengan huruf kecil, seperti :

یحبالحسینین → *Yuhib al-Muhsinīn*

7. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

شی → *syai'un* أمرت → *umirtu*

8. Penulisan Kata atau Kalimat

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan. Dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut ditulis dengan kata sekata.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين → *Wa innallāha lahuwa khairu al-Rāziqīn*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, seperti huruf kapital yang digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat.

Contoh:

وما محمد إلا رسول → *wamā Muhammadun illā Rasūl*

10. Kata yang sudah bahasa Arab yang sudah masuk bahasa Indonesia maka kata tersebut ditulis sebagaimana yang biasa ditulis dalam bahasa Indonesia.

Seperti kata: al-Qur'an, hadis, ruh, dan kata-kata yang lain. Selama kata-kata tersebut tidak untuk menulis kata bahasa Arab dalam huruf Latin.

DAFTAR ISI

	halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
PEDOMAN TRANSLITERASI	iii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
Bab I Pendahuluan	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	13
Bab II Landasan Teori	
A. Landasan Teori.....	15
1. Teori <i>Consumer Behaviour</i> (Perilaku Konsumsi).....	15
2. Konsumsi dalam Islam	18
3. Perilaku Konsumtif	23
a. Dimensi- Dimensi Perilaku Konsumtif	24
b. Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam	25
4. Gaya Hidup	27
a. Dimensi- Dimensi Gaya Hidup	28
b. Gaya Hidup Menurut Perspektif Islam	29
5. Lingkungan Sosial	30
a. Dimensi-dimensi Lingkungan Sosial	31
b. Lingkungan Sosial Menurut Perspektif Islam.....	32

6. Budaya	34
a. Dimensi Budaya.....	37
b. Budaya dalam Perspektif Islam.....	37
7. Religiusitas	39
a. Dimensi Religiusitas	41
b. Religiusitas dalam Perspektif Islam.....	42
8. Konsep Diri.....	44
a. Dimensi Konsep Diri	45
b. Konsep Diri dalam Perspektif Islam	46
B. Penelitian Relevan	50
C. Kerangka Pemikiran	58
D. Hipotesis	59

Bab III Metode Penelitian

A. Pendekatan Penelitian	62
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	62
C. Populasi Dan Sampel Penelitian	52
D. Sumber Data	63
E. Teknik Pengumpulan Data.....	64
F. Defenisi Operasional	64
G. Teknik Analisis Data	67

Bab IV Hasil Pembahasan

A. Gambaran Umum Kabupaten Padang Lawas	74
1. Sejarah Kab. Padang Lawas.....	74
B. Hasil Penelitian	75
1. Deskripsi Variabel Penelitian	75
2. Hasil Uji Data	83
3. Uji Asumsi Klasik	88
4. Uji Hipotesis	102
5. Analisis Jalur.....	109
6. Pengaruh langsung	111
7. Pengaruh Tidak Langsung	112

C. Pembahasan	117
D. Pembahasan secara structural	126
Bab V Penutup	
A. Kesimpulan	136
B. Saran	137
Daftar Pustaka	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengeluaran Rata-Rata Perkapita Yang Bukan Kelompok Makanan Kabupaten Padang Lawas	6
Tabel 2.1 Penelitian Relevan	34
Tabel 3.1 Pengukuran Skla Likert	45
Tabel 3.2 Variabel, Indikator, Item	47
Tabel 3.3 Uji Reabilitas	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gaji	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	58
Tabel 4.5 Klasifikasi Presentas Interval	59
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Untuk Variabel Lingkungan Sosial	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Untuk Variabel Budaya	60
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Untuk Variabel Religiusitas	61
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Untuk Variabel Konsep Diri	62
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Untuk Variabel Perilaku Konsumtif	63
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Untuk Variabel Gaya Hidup	64
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Lingkungan Sosial	65
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Budaya	66
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Religiusitas	66
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel Konsep Diri	67
Tabel 4.16 Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif	67
Tabel 4.17 Uji Validitas Variabel Gaya Hidup	68
Tabel 4.18 Uji Realibilitas	68
Tabel 4.19 Hasil Pengujian One-Sample Kolmogorov- Smirnov Test	71
Tabel 4.20 uji Multikolinearitas Tahap I	72
Tabel 4.21 Kolmogorov- Smirnov Test	75
Tabel 4.22 Uji Multikolinearitas Tahap II	76

Tabel 4.23 uji Regresi Berganda Persamaan I	78
Tabel 4.24 Uji Regresi Berganda Persamaan II.....	80
Tabel 4.25 Uji Uji Determinan Tahap I.....	83
Tabel 4.26 Hasil Uji Anova I	83
Tabel 4.27 hasil uji parsial I.....	84
Tabel 4.28 hasil uji determinan tahap II	86
Tabel 4.29 hasil uji anova II	87
Tabel 4.30 hasil uji parsial II	87
Tabel 4.31 ringkasan analisis jalur	89
Tabel 4.32 hasil pengaruh langsung	91
Tabel 4.33 hasil pengaruh total	92
Tabel 4.35 hasil uji signifikansi pengaruh tidak langsung.....	96

DAFTAR TABEL

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Dari Tahun 2011-2019	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 3.1 Diagram Analisis Jalur	53
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram	70
Gambar 4.2 Uji Normalitas P-Plot	71
Gambar 4.3 Uji Heterokedasitas Tahap I	73
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Histogram Tahap II	74
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas P-Plot Tahp II	75
Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedasitas Tahap II	77
Gambar 4.7 Analisis Jalur	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Skor Total Angket Variabel Lingkungan Sosial (X1)

Lampiran 3 Skor Total Angket Variabel Budaya (X2)

Lampiran 4 Skor Total Angket Variabel Religiusitas (X3)

Lampiran 5 Skor Total Angket Variabel Konsep Diri (X4)

Lampiran 6 Skor Total Angket Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Lampiran 7 Skor Total Angket Variabel Gaya Hidup (Z)

Lampiran 8 Hasl Uji SPSS Versi 20.0

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perilaku Konsumtif merupakan fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat saat ini. Perilaku konsumtif yang terjadi pada masyarakat dapat dilihat dari gaya hidup dan kebiasaan hidup yang semakin hari menuju kearah yang mewah dan berlebihan. Dalam aktivitas perilaku konsumtif biasanya akan mengeluarkan dana yang cenderung tidak sedikit karena lebih cenderung untuk memenuhi tuntutan keinginan daripada kebutuhan¹ Mereka cenderung mengkonsumsi tak hanya untuk memenuhi kebutuhan harian, namun juga untuk merayakan gaya hidup dan status sosial di kalangan masyarakat seperti, membeli barang-barang mewah, dan berwisata keluar negeri.² Siklus ekonomi dimulai dengan berapa banyaknya perolehan kekayaan, pertanian, gaji dalam penggunaannya, dalam ilmu ekonomi umum konsumen adalah bagaimana perilaku seseorang dalam menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan melalui pengeluaran.³

Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi yang konsisten selama beberapa tahun belakangan. Hal ini disebabkan oleh populasi yang semakin bertambah dan daya beli masyarakat yang terus meningkat bersamaan dengan dengan pendapatan mereka. Masyarakat Indonesia memang dikenal dengan perilaku konsumtif, terutama *shopper* yang berbelanja di ritel maupun online. *Shopper* dengan pendapatan yang setara atau dibawah UMR mengetahui akan harga dan situasi ekonominya sendiri. *Shopper* Indonesia banyak membeli barang *brands* local maupun *brands* luar negeri. Namun, *brands* multinasional juga berada diposisi atas dengan strategi lokalisasi serta menggapai konsumen

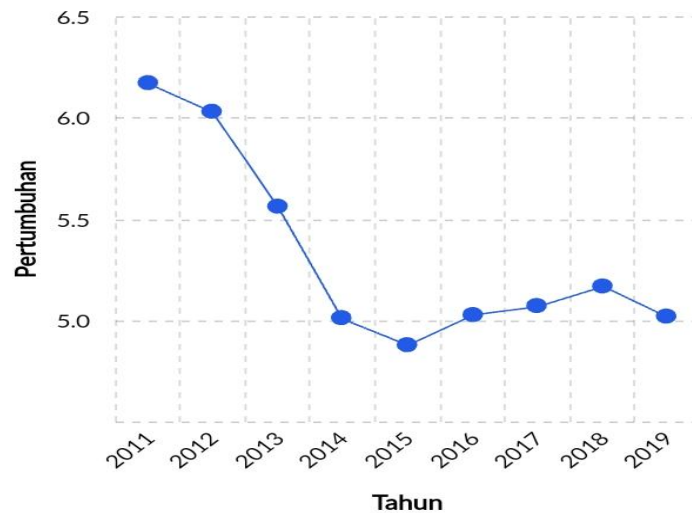
¹ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalah (Hukum Perilaku Islami)*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), h. 1

² Joseph Robert Daniel, <https://theconversation.com/gaya-hidup-konsumtif-akibat-majunya-perekonomian-indonesia-semakin-menyisihkan-miskin> di unduh 04 maret 2021

³ Muclisatun Nisa, *Hubungan Antara Konseptual Dan Konsep Kemewahan Dalam Ekonomi Islam Dan Modern*, Jurnal

secaraluas dengan toko ritel dan minimarket.⁴ Berikut ini grafik pertumbuhan ekonomi Indonesia dari 2011-2019:

Pertumbuhan ekonomi dari tahun 2011-2019



Sumber: Badan Pusat Statistic⁵

Gambar 1.1

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2019 hanya mencapai 5, 02 persen, meleset dari target pemerintah 5,3 persen. Ekonomi Indonesia tertekan pada kuartal IV 2019 disebabkan efek musiman pada lapangan usaha pertanian, kehutanan, dan perikanan yang mengalami penurunan 20,52 persen ekspor barang dan jasa yang mengalami kondisi penurunan ekonomi sebesar 2, 55 persen.⁶

Menurut pengamat *digital lifestyle* Ben Soebiakto mengatakan, internet telah mengambil peran yang sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Penetrasi internet di Indonesia telah melampaui angka 50 persen dari total penduduknya, Survey yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2018. Dari total 262 juta jiwa, sebanyak 143,26 orang diperkirakan telah menggunakan internet.

⁴Www.Sirclo.Com Apa Yang Menyebabkan Perilaku Konsumtif Di Indonesia ? di unduh 27 Januari 2021

⁵ Badan pusat statistic, di unduh 05 maret 2021

⁶ Lokakata. <https://lokakata.id/pertumbuhanekonomi-indonesia> di unduh 05 Maret 2021

Dari seluruh pengguna internet tersebut 49 persen berasal dari kalangan millennial.⁷

Dalam Islam perilaku konsumtif diartikan dengan *israf* yang artinya berlebihan. Jika seorang muslim menjalankan religiusitas agama dengan baik, dia akan menghindari perilaku *israf*, karena perilaku *israf* merupakan sikap boros yang dengan sadar hanya untuk memenuhi tuntutan nafsu belaka.⁸ Konsumsi tentu tidak dapat dipisahkan dengan peranan ketaatan terhadap agama sebagai tolak ukur cara pandang kehidupan dunia yang cenderung mempengaruhi gaya hidup, perilaku serta selera. Maka saat itu muncul sifat *israf* atau berlebih-lebihan yang mana Allah SWT memberi batasan kepada hambanya dalam berkonsumsi.⁹

Menurut Yusuf Al-Qaradhawi untuk memerangi sikap mubazir ada beberapa hal diantaranya menjauhi hutang, menjauhi hidup bermewah-mewahan dan menjauhi hidup boros.¹⁰ Islam mengajarkan pola konsumsi yang berorientasi akhirat demi meratanya kesejahteraan manusia. Membelanjakan harta untuk membantu perekonomian masyarakat miskin merupakan sebuah keharusan.

Menurut Yusuf Al-Qardhawi belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat memproduksi hingga terpenuhi kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen, dan jika daya beli masyarakat berkurang karena sifat kikir yang melampaui batas, maka cepat atau lambat, roda produksi niscaya akan terhenti. Adapun konsep ekonomi menurut Yusuf Al-Qardhawi tentang konsumsi adalah sebagai berikut: menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, melarang tindakan berfoya-foya, belerlebih-lebihan dan mubazir, sikap sederhana dalam membelanjakan hartanya.¹¹

⁷ CNN Indonesia, <https://gaya-hidup/alsan-generasi-milenial-lebih-perilaku-konsumtif> di unduh 04 maret 2021

⁸ Mumammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2006)

⁹ Haroni Doli H Ritonga, *Pola Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Umum, 13,3 (2010), h. 88-91

¹⁰ Yusuf Al-Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, h. 149

¹¹ Yusuf Al-Qardhawi, *Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishadli Islmai*, Terj. Zainal Arifin, Dahlia Husin, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Cet-1, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 138.

Dalam surah Al- Isra' Allah telah menganjurkan kepada kita untuk membelanjakan harta sesuai dengan Syara, artinya tidak kikir dan tidak berlebihan. Inilah yang dinamakan kesederhanaan dalam Islam. Allah SWT berfirman dalam Surah Al- Isra' ayat 26-27:

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

Artinya: *dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.(26) Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.(27)*¹²

Dari ayat di atas Allah melarang pemborosan, yaitu mengeluarkan harta dalam hal-hal yang menimbulkan kerusakan, atau berlebih-lebihan dalam hal yang mubah. Seseorang yang memiliki perilaku konsumtif akan membeli barang bukan berdasarkan pokok, namun mereka membeli karena keinginan semata-mata dan terkesan berlebihan. Fenomena hidup yang ada menunjukkan bahwa kebutuhan manusia dari waktu ke waktu semakin meningkat variasinya. Kebutuhan yang dimaksud kebutuhan barang dan jasa. Seseorang akan merasa puas ketika keinginan dan kebutuhannya terpenuhi, namun, hal itu harus didukung oleh lingkungan, kelas sosial, dan kepribadian seseorang. Antara kebutuhan dan keinginan terdapat suatu perbedaan.¹³ Kegiatan konsumsi dilakukan karena adanya suatu keinginan untuk memperoleh barang dan jasa dengan tujuan akhir mencapai tingkat kepuasan individu.¹⁴

Faktor yang mempengaruhi yang terjadi pada diri individu karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitar individu.¹⁵ Pegawai yang mengalami perubahan

¹² Kementerian Agama Republic Indonesia

¹³ Irfan Madjuk, Imran Ukkas, Muh. Ikkal, *Analisis Perilaku Pegawai Negeri Sipil Perempuan Pada Gabungan Dinas Kabupaten Luwu Utara, Jurnal Equilibrium*, Vol. 3 No 2, 3013, h. 202

¹⁴ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumtif Perspektif Gaya Hidup Hedonism Pada Motif, Tujuan Dan Kriminan*, Pranadmedia Group, Jakarta, 2003

¹⁵ Ritzer G, *Sosiologi Ilmu Sosial Berparadigma Ganda*, Jakarta: Penerbit Cv Rajawali, 2010, h. 73

tempat tinggal dari rumah ke kehidupan lingkungan kerja tentu saja akan mengalami perubahan dalam hal konsumsi. Perilaku konsumen adalah aktivitas seseorang saat mendapatkan, mengkonsumsi dan membuang barang atau jasa.¹⁶ Sedangkan Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang atau gaya hidup mewah yang tidak mempertimbangkan efek-efek dari perilaku tersebut, Sumartono mengatakan perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi.¹⁷ Perilaku konsumtif menggambarkan adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat keinginan kesenangan semata-mata.¹⁸

Sebenarnya perilaku konsumtif tidak menjadi masalah, selama kebiasaan tersebut ditunjang oleh keadaan *financial* yang memadai. Akan menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada pegawai wanita ini dilakukan secara berlebihan. Pepatah mengatakan “lebih besar pasak daripada tiang” berlaku disini. Terkadang apa yang di tuntut oleh pegawai wanita diluar kemampuannya. Hal ini menyebabkan pegawai wanita yang mengeluh saat mereka mulai memasuki dunia modern. Fenomena seperti ini biasa terjadi pada perempuan khususnya, pegawai. Dimana terdapat beraneka ragam pegawai perempuan dari latar belakang dan sifat yang berbeda. Bagi mereka yang latar belakang keluarganya dari strata sosial atas atau orang kaya, perilaku konsumtif dalam hal ini pola belanja dan mengonsumsi sesuatu untuk mode dan trend sudah jadi biasa. Namun, bagi mereka yang strata sosial menengah kebawah, perilaku konsumtif seperti ini tentunya bukan hal hal yang biasa¹⁹.

Adapun data pegawai Wanita Kab. Padang Lawas berjumlah sebanyak 2201 sedangkan untuk pegawai laki-laki sebanyak 1621, dimana data tersebut

¹⁶ Engel, J.F., Blackwell, R.D Dan Miniard, P.W, *Perilaku Konsumen*, Jiid-1, Jakarta: Binarupa Aksara Publisher, 2010

¹⁷ Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan*, (Bandung: Alfabeta,2002), h.117.

¹⁸ Cecilia Octaviani, And Sandi Kartasasmita, *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Kosmetik Pada Wanita Dewasa*, Jurnal, Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni, 2018, h. 126

¹⁹ Irfan Madjuk, Imran Ukkas Dan Muh Iqbal, *Analisis Perilaku Konsumtif Pegawai Negeri Sipil Perempuan Pada Gabungan Dinas Kabupaten Luwu Utara*, Jurnal *Equilibrium*, Vol,3 No.3, (2013)

merupakan data yang diperoleh dari BPS, sedangkan untuk data konsumsi masyarakat Pada tahun 2020, jika dilihat dari trennya, pertumbuhan rata-rata penduduk untuk konsumsi di Provinsi Sumatera Utara dari tahun 2017 s.d 2019 terus meningkat. Pada tahun 2019 terjadi peningkatan pengeluaran sebesar 6,21% terhadap 2018, begitu juga pada tahun 2018 terjadi peningkatan sebesar 10,10% terhadap tahun 2017.²⁰ Dengan demikian secara umum dapat dikatakan bahwa di Sumatera Utara, pengeluaran penduduk untuk konsumsi terus meningkat.²¹ Sedangkan untuk Kabupaten Padang Lawas perilaku konsumsi masyarakat dalam mengonsumsi dapat terlihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1
Pengeluaran Rata-Rata Perkapita Yang Bukan Kelompok Makanan
Kabupaten Padang Lawas

No	Kelompok Barang	2019	2020	Selisih	Persentase
1	Perumahan dan fasilitas rumah tangga	178.367	171.837	-6.530	-10.8%
2	Aneka barang dan jasa	85.162	93.212	8.050	13,3%
3	Pakaian, alas kaki, dan tutup kepala	46563	47473	910	6,6%
4	Barang tahan lama	61.646	20.918	-40.728	35 %
5	Pajak, pungutan, dan asuransi	23.817	21.959	1.858	3,3%
6	Keperluan pesta dan upacara/kenduri	13.532	11.214	2.318	3,8%
	Jumlah	353.457	366.613	60.394	

Sumber: Bps Kabupaten Padang Lawas diolah 2021²²

Berdasarkan table 1.1 diatas, menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Padang Lawas cenderung memiliki perilaku konsumtif, ini dapat dilihat dari kelompok barang seperti aneka barang dan jasa pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 8.050 dengan persentase sebesar 13,3% dari tahun sebelumnya. Keperluan pesta mengalami peningkatan sebesar 2.318 dengan persentase sebesar 3,8% dari tahun sebelumnya. Sedangkan pajak, pungutan dan

²⁰ Badan Pusat Statistic Kab. Padang Lawas 2020.

²¹ Badan Pusat Statistic, Sumatera Utara

²² Ibid.BPS

asuransi mengalami kenaikan sebesar 1.858 dengan persentase sebesar 3,3% dari tahun sebelumnya serta pakaian, alas kaki dan tutup kepala juga mengalami kenaikan sebesar 910 dengan persentase sebesar 6,6% dari tahun sebelumnya. Secara keseluruhan dapat disimpulkan pengeluaran perkapita rata-rata Kabupaten Padang Lawas 2020 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya, peningkatan ini terjadi disemua barang bukan makanan.

Adapun teori dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *consumer behavior* yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller mendefinisikan sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, organisasi memilih, membeli, menggunakan barang dan jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.²³

Ada berbagai Faktor yang mempengaruhi terjadi perilaku konsumtif faktor meliputi faktor budaya, faktor lingkungan sosial, faktor psikologis dan faktor pribadi.²⁴ disamping itu, dalam perilaku konsumsi taste/ selera sangat menentukan dalam kegiatan perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Irma Riana, menemukan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Sjeddie Rianne Watung, dkk menemukan bahwa faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan penelitian yang dilakukan oleh Madjuk, dkk menemukan bahwa harga diri (*prestise*) bernilai 48% terhadap perilaku konsumtif.

Gaya hidup masyarakat terus berkembang seiring terus berkembang zaman yang banyak dipengaruhi oleh globalisasi dan modernisasi. Pengaruh globalisasi dan modernisasi telah mnyentuh hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat. Tidak hanya dalam ekonomi saja akan tetapi dalam bidang sosial dan budaya. Pola pikir masyarakat dalam menjalankan kehidupannya juga mengalami perubahan seiring dengan adanya perkembangan tersebut.²⁵ Masyarakat Indonesia

²³Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Bahasa Benyamin Molan, Ed- 13 Jilid Ke-1, (Jakarta: PT Indeks, 2009), h.166.

²⁴ Ibid, h. 144.

²⁵ Retno Budi Wahyuni, Dkk, *Gaya Hidup Remaja Kelas Menengah Kota Pekalongan*, *Journal Of Education Social Studies* Vol 5 No 2, 2016, h.98.

dinilai semakin tertarik menggunakan pembayaran digital. Hal itu ini dapat terlihat dalam studi yang menyoroiti perkembangan konsumen yang melek akan digital di Asia Tenggara, mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia semakin melek dalam pembayaran digital. Hal ini merupakan salah satu gaya hidup masyarakat masakini yang sedang trend dan dapat memudahkan penggunaanya tanpa harus membawa uang tunai.²⁶

Salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefenisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan.²⁷ Kenyataan tersebut juga ditemukan di Kab. Padang Lawas salah satu Kabupaten yang ada di Sumatera Utara, masyarakat Kab, Padang Lawas telah menikmati berbagai kemudahan yang telah ditawarkan oleh kemajuan teknologi yang merupakan sebagai salah satu dampak dari globalisasi. Hal tersebut juga sangat terasa dampaknya pada Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas, dengan adanya perubahan yang melek akan teknologi menggunakan *gadget* banyak terjadi perubahan dalam gaya hidup sehingga membuat pegawai tersebut telah melakukan perilaku konsumtif.

Gaya hidup yang sering diperbincangkan pada kalangan pegawai wanita yaitu tentang busana. Busana dulunya hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, atau bisa dikatakan menutup aurat maka dapat dimengerti modelnya pun cukup sederhana sesuai dengan kriteria tertentu, tanpa meninggalkan aturan batasan aurat laki-laki dan perempuan. Namun dalam perkembangan gaya hidup yang semakin modern dan teknologi yang semakin berkembang busana muncul dalam

²⁶ Tira santia, gaya hidup masyarakat Indonesia makin suka serna digital dan nontunai., <https://liputan-6.com> diunduh 5 april 2021

²⁷ Lestari, *Ada Perbedaan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Berkepribadian Eksropert Dengan Mahasisiwa Yang Berkepribadian Introvert*, 2006

berbagai model seperti jubah, gamis, kebaya, dress, tunik dan berbagai macam lainnya.²⁸

Faktanya pegawai wanita yang amat mudah terbujuk iklan dan penjual, cenderung boros, dalam menggunakan uangnya, serta senang mengikuti trend, sehingga dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar. Sehingga mereka mudah dirayu agar bisa membeli produknya dengan berbagai iklan yang ditawarkan. Akhirnya pegawai wanita kurang terkontrol dalam mengatur keuangannya dan perilaku keuangan kurang terkendali. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.²⁹ gaya hidup dapat didefinisikan sebagai pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup juga menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam beraksi dan berinteraksi dengan lingkungannya. Dalam aktivitas biasanya perilaku konsumtif konsumen akan mengeluarkan dana yang tidak akan sedikit karena lebih cenderung untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhannya sendiri.³⁰

Dalam ajaran Islam terdapat batasan-batasan dalam mengerjakan perbuatan. Salah satunya batasan dalam perilaku konsumen mengenai gaya hidup. Dalam Islam tidak ada konsep *utilitas* (kepuasan) yang artinya kepuasan dalam melakukan perbuatan, sama halnya dengan berbelanja dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup yang tidak ada manfaatnya, perilaku konsumen lebih mengedepankan kebutuhan daripada keinginan semata, karena jika kita mengedepankan keinginan akan menimbulkan sifat boros sesungguhnya Allah tidak menyukai sifat tersebut. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31, yaitu:

²⁸ Rine Rachmania, *Penggambaran Gaya Hidup Muslimah Urban Dalam Majalah Dan Scraf, Commonine Departemen Komunikasi*, Vol 4 No 2, Universitas Airlangga

²⁹ Philip Kottler Dan Gary Amstrng, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid,1 (Jakarta: Premhalindo, 2002), h. 192

³⁰ Ahmad Azhaar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalah (Hukum Perilaku Islam)*, Yogyakarta;Uii Press,200, h. 1

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

Artinya: *Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (Q.S Al-A'raf:31)*³¹

Arti penting dalam ayat tersebut adalah bahwa kebutuhan hidup harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup akan berjalan dengan baik. Namun, apabila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada manusia. Banyak sekali efek buruk yang dapat ditimbulkan karena sifat boros diantaranya adalah *egoisme, self intrest*, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak diperlukan dan merugikan diri sendiri.³²

Ada berbagai faktor yang mempengaruhi terjadinya gaya hidup, meliputi religiusitas, konformitas teman sebaya, dan konsep diri.³³

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Dian Kasenrina yang menyatakan ada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.³⁴ Sedangkan penelitian yang dilakukan Auliya Diah Safitri menunjukkan bahwa ada pengaruh antara religiusitas dengan gaya hidup. Penelitian yang dilakukan. Asmau Husna Ada pengaruh konsep diri terhadap gaya hidup.³⁵

³¹ Al-qur'an, departemen agama RI dan terjemahan, h. 155

³² Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 15.

³³ Auliya Diah Safitri, *Pengaruh Religiusitas Dan Konformitas Tman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Hedonism*, Vol 6 No 3, Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 2018.

³⁴ Dian Kasenrina, *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 2015, Jurnal Online, Vol.5 Nomor 1

³⁵ Asmaul Husna, dkk, *Faktor-Fakror Yag Mempengaruhi Gaya Hidup Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Syiah Kuala Banda Aceh*

Berdasarkan yang telah di uraikan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “**Analisis Perilaku Konsumtif pegawai wanita Muslimah Kab. Padang Lawasdengan gaya hidupSebagai *Variabel Intervening***”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, adapun identifikasi masalah yang diangkat peneliti adalah:

1. Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang banyak melanda masyarakat. Perilaku konsumtif yang terjadi bisa dilihat dari gaya hidup dan kebiasaan hidup yang semakin hari menuju kearah yang makin mewah dan berlebihan
2. perilaku konsumtif konsumen akan mengeluarkan dana yang tidak akan sedikit karena lebih cenderung untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhannya sendiri
3. para pelaku perilaku konsumtif dalam pola belanja dan mengonsumsi sesuatu untuk mode dan trend.
4. Gaya hidup yang sering diperbincangkan pada kalangan pegawai yaitu tentang busana. Busana dulunya hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, atau bisa dikatakan menutup aurat maka dapat dimengerti modelnya pun cukup sederhana sesuai dengan kriteria tertentu, tanpa meninggalkan aturan batasan aurat laki-laki dan perempuan.
5. Masyarakat Indonesia dinilai semakin tertarik menggunakan pembayaran digital.
6. Salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan konsumtifisme.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi di atas, maka penelitian ini dibatasi dengan menggunakan Variable lingkungan sosial X_1 , budaya X_2 , religiusitas X_3 , dan konsep diri X_4 agar pembahasannya lebih fokus dan terarah serta tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan. Dengan demikian penulis membatasi masalah hanya Pada “analisis Perilaku Konsumtif pegawai wanita muslimah Kab.Padang Lawas dengan gaya hidup sebagai *variabel intervening*.”

D. Perumusan Masalah

Perilaku merupakan yang paling menentukan dalam memutuskan suatu barang yang diinginkan. Berdasarkan latar belakang di atas maka dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Ada Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup?
2. Apakah Ada Pengaruh Budaya Terhadap Gaya Hidup?
3. Apakah Ada Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup?
4. Apakah Ada Pengaruh Konsep Diri Terhadap Gaya Hidup??
5. Apakah Ada Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif?
6. Apakah Ada Pengaruh Lingkungan Sosial Perilaku Konsumtif?
7. Apakah Ada Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif?
8. Apakah Ada Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif?
9. Apakah Ada Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif?
10. Apakah Ada Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup?
11. Apakah Ada Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup?
12. Apakah Ada Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup?
13. Apakah Ada Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk Menganalisis Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup.
2. Untuk Menganalisis Pengaruh Budaya Terhadap Gaya Hidup.
3. Untuk Menganalisis Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup.
4. Untuk Menganalisis Pengaruh Konsep Diri Terhadap Gaya Hidup.
5. Untuk Menganalisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif.
6. Untuk Menganalisis Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif.
7. Untuk Menganalisis Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif.
8. Untuk Menganalisis Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif.
9. Untuk Menganalisis Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif.
10. Untuk Menganalisis Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup
11. Untuk Menganalisis Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup.
12. Untuk Menganalisis Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup.
13. Untuk Menganalisis Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, penulisan tesis ini diharapkan dapat menimbulkan manfaat-manfaat sebagai berikut:

1. Akademisi
Hasil penelitian ini menjadi referensi, rujukan atau informasi dalam mendukung penelitian selanjutnya mengenai hal tersebut.
2. Pegawai
Hasil penelitian diharapkan memberikan masukan dan motivasi bagi pegawai dalam meningkatkan pemahaman tentang pengelolaan keuangan.

3. Bagi peneliti

penelitian ini sebagai dasar salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah pada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, dan memberikan wawasan dan pengetahuan bagi penulis terkait dengan lingkungan sosial, budaya, religiusitas, dan konsep diri erhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Teori *Consumer Behaviour* (Perilaku Konsumsi)

Menurut Kotler, perilaku konsumen adalah sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, organisasi memilih, membeli, menggunakan barang dan jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.³⁶ Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk, dalam bukunya yang berjudul *consumer behavior*, menyatakan batasan perilaku konsumen adalah “istilah perilaku konsumen merujuk kepada perilaku konsumen yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Teori konsumsi lahir karena adanya teori permintaan akan barang dan jasa. Sedangkan untuk permintaan barang dan jasa akan timbul karena adanya keinginan (*want*) dan kebutuhan (*need*) oleh konsumen riil maupun konsumen potensial. Dalam ekonomi konvensional motor penggerak kegiatan konsumsi adalah adanya keinginan, sedangkan Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menciptakan *maslahah* menuju *falah* (kebahagiaan dunia dan akhirat). Aspek ekonomi merupakan bukan milik bertanggung dan mengandung itu mempengaruhi dia, melainkan dia menghadapinya dengan keyakinan dan karakternya seperti; Konsumsi dalam batas-batasan yang wajar, menghindari kesombongan, Menjauhi yang terlarang, Rasionalisasi dalam konsumsi. Puas dengan sumber daya lokal bila memungkinkan, dan melestarikannya.³⁷ Motif konsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah *maslahah*, meskipun secara alami motif dan tujuan konsumsi (aktivitas ekonomi) dari seorang individu adalah untuk

³⁶ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Bahasa Benyamin Molan, Ed- 13 Jilid Ke-1, (Jakarta: PT Indeks, 2009), h.166

³⁷ Mnkullu, *Pengajaran Ekonomi Islam*, Al-Baghyal Al-Ghali Pusat Penelitian Ekonomi Islam Universitas Raja Abdulaziz, Terj Muhammad Najatullah Siddiqui, 2007 Ed-1

mempertahankan hidupnya.”. Ada beberapa ahli mengemukakan mengenai teori konsumsi, yaitu sebagai berikut:

a. Teori konsumsi Jhon Maynard Keynes

Jhon Maynard Keynes menerbitkan bukunya pada tahun 1936 yang membuat studi tentang konsumsi. Dalam bukunya yang berjudul *the general theory of employment, interest and money*, Keynes membuat fungsi konsumsi sebagai pusat fluktuasi ekonomi. Fungsi konsumsi merupakan skedul konsumsi yang direncanakan pada berbagai tingkat pendapatan disposable.³⁸ Terdapat tiga hal pokok dalam teori Keynes. Pertama, menurut Keynes kecenderungan mengonsumsi marginal berada pada nol dan satu.

Keynes menulis: kecenderungan mengonsumsi marginal penting bagi rekomendasi kebijakan Keynes untuk menurunkan pengangguran yang semakin meluas. Kekuatan kebijakan fiskal dalam mempengaruhi jalannya roda perekonomian timbul dari reaksi umpan balik antara pendapatan dan konsumsi. Kedua, rasio konsumsi terhadap pendapatan, kerap disebut kecenderungan mengonsumsi rata-rata, ketika naik turun pendapatan. Keynes percaya bahwa tindakan menabung adalah sebuah kemewahan. Maka, Keynes berharap orang kaya menabung dalam proporsi yang lebih tinggi dari pendapatan ketimbang orang yang tidak kaya. Ketiga, Keynes menyatakan pendapatan merupakan determinan yang paling penting. pendapatannya bertentangan dengan para ekonom klasik sebelumnya. Para ekonom klasik menyatakan bahwa tingkat bunga yang tinggi akan mendorong untuk menabung dan menghambat konsumsi. Sedangkan, bagi Keynes tingkat bunga terhadap konsumsi hanya sebatas teori: menurut Keynes, kesimpulan utama yang diberikan oleh pengalaman adalah bahwa pengaruh jangka pendek dari tingkat bunga terhadap pengeluaran individu dari pendapatannya bersifat sekunder dan relative tidak penting.³⁹

b. Teori konsumsi Irving Fisher

Fungsi konsumsi yang dikemukakan oleh Keynes terbatas pada pendapatan dan konsumsi saat ini. Masyarakat yang bertindak secara rasional

³⁸Eugene A. Dulio, *Teori Makroekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 1994), h. 53.

³⁹N. Gregory Mankiw, *Teori Makroekonomi*, Ed- 5, (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 425

akan mempertimbangkan *trade off*. Besarnya konsumsi yang dapat dinikmati saat ini belum tentu sama dengan besaran konsumsi pada masa yang akan datang, bahkan lebih kecil. Konsumen dalam rumah tangga harus mempertimbangkan pendapatan dan konsumsi di masa depan.

Ekonom Irving Fisher mengembangkan model untuk menganalisis bagaimana konsumen rasional berpandangan ke depan. Dalam mengonsumsi, konsumen menghadapi batasan berapa banyak pendapatan yang dibelanjakan, yang disebut batas/ kendala anggaran (*budget constraint*). Saat konsumen memutuskan berapa banyak konsumsi saat ini dan berapa banyak pendapatan mereka ditabung, konsumen menghadapi batas anggaran antar waktu (*intemporal budget constraint*).⁴⁰

c. Teori konsumsi Robert Hall

Robert Hall menjadi ekonom pertama yang menggunakan perpaduan antara pandangan teori konsumen dengan asumsi ekspektasi rasional. Asumsi ekspektasi rasional menyatakan bahwa konsumen akan menggunakan seluruh informasi dan membuat ramalan tentang masa depan. Hipotesis pendapatan permanen diasumsikan benar dan konsumen yang memiliki ekspektasi rasional, perubahan konsumsi menjadi tidak dapat diprediksi. Hal ini membawa konsekuensi logis variabel konsumsi dapat dikatakan mengikuti jalan acak.

Menurut hipotesis pendapatan permanen, konsumen akan menghadapi pendapatan yang berfluktuasi dan berusaha meratakan tingkat konsumsi sepanjang jalan waktu. Sepanjang waktu, konsumen merubah konsumsi karena menerima informasi yang menyebabkan perubahan ekspektasinya. Hanya pada saat tertentu konsumen dikejutkan dengan perubahan dalam konsumsi yang tidak dapat diprediksi.⁴¹

Pendekatan ini memiliki implikasi tidak hanya pada ramalan tetapi juga terhadap analisis kebijakan ekonomi seperti kenaikan pajak. Kenaikan pajak akan membuat konsumen merevisi ekspektasi dan mengurangi konsumsi.

⁴⁰Tedy Herlambang, *Ekonomi Makro Teori Analisis Dan Kebijakan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 217.

⁴¹N. Gregory Mankiw, *op.cit*, h. 446.

2. Konsumsi dalam Islam

Agama adalah sistem yang berusaha untuk memperbaiki perilaku manusia melalui hubungan dengan Allah maupun dengan sesama manusia, termasuk soal konsumsi, tabungan, dan pemborosan. Konsumsi dalam ilmu ekonomi Islam merupakan kebutuhan material dan spiritual sehingga mampu menjalankan fungsi manusia sebagai hamba Tuhan yang Maha Esa untuk memperoleh kebahagiaan dan kemakmuran di dunia maupun di akhirat kelak.

Ekonomi Islam bertujuan untuk mencapai rasionalitas, sehingga baik cara maupun tujuannya tidak mengarah pada kerugian individu atau kolektif, dengan menghilangkan aspek negatif dari perilaku dan mencapai legalitas di dalamnya. Ada kontrol dan arahan yang ditetapkan oleh Islam, untuk menentukan jalan rasional untuk konsumsi, setiap kali dia mematuhi instruksi dan arahan tersebut secara rasional, termasuk: larangan hidup mewah, larangan pemborosan, dan larangan mengkonsumsi barang dan jasa berbahaya. Ekonomi Islam juga tidak membatasi perilaku untuk kehidupan duniawi, melainkan ia mencampurkan antara kemakmuran dunia dan akhirat, dan memperpanjang waktu setelah kematian, agar tidak mengganggu pada akhir kehidupan seseorang di dunia ini. Kehidupan dunia ini berpengaruh pada hasil akhirat Konsep dan keyakinan ini memiliki dua dampak penting pada perilaku konsumen dan fungsi manfaatnya.⁴²

Hasil dari setiap tindakan atau perilaku yang dipilih oleh konsumen terdiri dari dua bagian: dampak langsung dari tindakan ini dalam kehidupan dunia, dan dampak lebih lanjut di kehidupan berikutnya, dan oleh karena itu manfaat yang diperoleh dari tindakan tersebut, kemungkinan penggunaan untuk satu unit pendapatan uang yang tersisa dari pemasukan per kapita meningkat pesat, Ini mencakup semua aspek yang menghasilkan efeknya di akhirat saja, tanpa manfaat materi dalam kehidupan si pemboros, sedekah, kepentingan umum dan generasi mendatang, melalui sumbangan amal, dan pinjaman yang baik, dan aspek amal lainnya yang tidak tersaring di bawah definisi rasionalitas, sedangkan dalam ekonomi konvensional Karena tidak memiliki manfaat langsung bagi si pemboros

⁴²Boukhari Abdel Hamid, *Mengunjungi Peran Ekonomi Islam Dalam Merasionalisasi Perilaku Konsumen*, University Of Ouargla

dan dia tidak akan melakukan hal tersebut. Islam mendukung kebebasan pribadi individu dalam memilih, bernegosiasi, dan menentukan kebebasan mutlak (pilihan konsumen), dan tidak cenderung pada kontrol konsumen, melainkan mendukung kebebasan terarah, yaitu kebebasan yang diarahkan oleh ajaran agama yang bertujuan untuk menemukan keserasian dan keselarasan antara kepentingan individu dan masyarakat.⁴³

Belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat memproduksi sehingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen, dan jika daya beli masyarakat bersifat kikir melampaui batas, maka cepat atau lambat roda produksi akan terhambat.⁴⁴ Konsumsi memainkan peran yang sangat penting bagi ekonomi individu maupun bangsa. Sangatlah perlu untuk bersikap hati-hati dalam konsumsi harta kekayaan. Mungkin ada petunjuk besar kekayaan disebuah negara suatu sistem pertukaran dan distribusi yang jujur, adil, tetapi jika tidak dibelanjakan dengan cara bijaksana atau dihambur-hamburkan untuk sesuatu yang tidak perlu dan hanya untuk berpoya-poya, maka tujuan yang sebenarnya dari harta itu akan hilang.

Dalam pandangan syariah dia seharusnya diperlakukan sebagai orang yang mampu dan orang lain seharusnya ditugaskan untuk mengurus hartanya selaku wakilnya.⁴⁵ Dalam Islam konsumsi yang disebutkan oleh Monzer Khaf dalam Nur Rianto dan Euis Amalia ada tiga konsumsi untuk kemaslahatan diri sendiri dan keluarga, kemaslahatan dimasa yang akan datang dengan menabung, dan kemaslahatan sosial.⁴⁶ Etika Islam dalam konsumsi sebagai berikut:⁴⁷

- a. Prinsip keadilan
- b. Prinsip kebersihan

⁴³Boukhari Abdel Hamid, *Mengunjungi Peran Ekonomi Islam Dalam Merasionalisasi Perilaku Konsumen*, University Of Ouargla

⁴⁴Yusuf Al-Qardhawi, *Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishadli Islmai*, Terj. Zainal Arifin, Dahlia Husin, Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Cet-1, (Jakarta; Gema Insani Press, 1997), h. 69.

⁴⁵ M. Nur Rianto Al Arif Dan Euis Amalia, *Toeri Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, h. 86-91.

⁴⁶ Fordebi, Adesy, *Ekonomi Dan Bisnis Islam* Cetakan-1, Jakarta: Pt. Raja Graindo, Persada, 2016), h. 321.

⁴⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: Pt. Era Adicitra Intermedia, 2011, h.141-144.

- c. Prinsip kesederhanaan
- d. Prinsip kemurahhatian
- e. Prinsip moralitas

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT, sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah (syariah). Adapun dalam pandangan kapitaliis, konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, spiritual, kepentingan orang lain, dan tanggung jawab atas segala perilakunya, sehingga pada ekonomi konvensional manusia diartikan sebagai individu yang memiliki sifat *homo economicus*.

Dalam Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia Allah SWT:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.* (Qs. Al-Baqarah:168)

Pemanfaatan atas karunia Allah harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariah, sehingga di samping mendapatkan keuntungan materiil, ia juga sekaligus merasakan kepuasan sepirtual. Pemikiran seorang ulama besar Mesir, Yusuf al-Qardhawi dalam kitabnya yng terkenal yaitu *Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishadil Islmi* terjemahan norma dan etika konsumsi Islam terdapat bukti yang menunjukkan terhadap konsumsi yang digambarkan oleh beliau sebagai berikut:

- a. Menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir

Dalam melakukan konsumsi di perbolehkan penggunaan segala yang baik dan yang menyenangkan serta melarang penggunaan segala yang baik dan membahayakan. Karena menghormati selera dan kebiasaan individu, kebebasan sepenuhnya diberikan dalam menikmati apa yang dihalalkan, sedangkan konsumsi dianggap merugikan masyarakat

umum, dan pemborosan nasional, tidak diperbolehkan. Menurut Yusuf al-Qardhawi seorang muslim dilarang untuk memperoleh harta dari jalan yang haram, ia juga dilarang untuk membelanjakan hartanya dalam hal-hal yang diharamkan, dan tidak dibenarkan membelanjakan uang di jalan yang halal dengan cara melebihi batas kewajaran karena sifat boros bertentangan dengan paham *isthkhlaf* atau harta milik Allah SWT.⁴⁸

b. Wajib membelanjakan harta

Perintah wajib membelanjakan uang tercantum setelah anjuran beriman kepada Allah dan Nabi-Nya. Menurut Islam harta hakikatnya adalah milik Allah SWT. Namun karena Allah telah menyerahkan kekuasaannya atas harta tersebut kepada manusia, maka perolehan seseorang terhadap harta itu sama dengan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memanfaatkan serta mengembangkan harta, antara lain adalah karena menjadi miliknya. Sebab karena seseorang memiliki harta, maka esensinya dia memiliki harta hanya untuk di manfaatkan.⁴⁹

c. Dua sasaran dalam membelanjakan harta

Secara khusus kegiatan konsumsi itu dimaknai sebagai usaha untuk membelanjakan harta yang dimilikinya, maka yang menjadi sasaran utama adalah pembelanjaan konsumsi untuk diri sendiri, keluarga dan *sabilillah*. jadi menurut Yusuf al-Qardhawi harta dalam Islam dilarang untuk disimpan atau timbun sehingga nantinya akan timbul tidak berjalannya roda perekonomian masyarakat.

Sedangkan menurut Al- Ghazali bahwa kesejahteraan (*maslahah*) dari suatu masyarakat tergantung pada pencarain dan pemeliharaan lima tujuan dasar yakni agama, hidup, keluarga atau keturunan, harta dan akal. Al-Ghazali mendefenisikan aspek ekonomi dan fungsi kesejahteraan sosialnya dalam kerangka sebuah hierarki utilitas individu dan sosial yang *triparlite* meliputi : kebutuhan pokok (*daruriyat*), kebutuhan kesenangan kenyamanan (*hajiyat*),

⁴⁸Ibid.h,138.

⁴⁹ Muhammad, *Etika Dan Bisnis Islami*, (Yogyakarta,2004), h.24-25.

kebutuhan mewah (*tahsiniyah*). Syariah Islam mengingikan manusia memelihara kesejahteraannya. Dalam membandingkan konsep kepuasan dengan pemenuhan kebutuhan yang tergantung dalam masalah, kita perlu membandingkan tingkat-tingkatan hukum syara' yakni antara:

- 1) *Dharuriyah*(kebutuhan pokok/primer) merupakan kebutuhan yang menjadi dasar tegaknya kehidupan asasi manusia baik yang berkaitan dengan agama maupun dunia. Jika dilihat dari manusia maka rusaknya tatanan kehidupan manusia tersebut. *Dharuriyat* dapat diartikan sesuatu yang harus ada untuk eksistensinya keberlangsungan hidup manusia dengan kata lain tidak sempurna kehidupan manusia tanpa dipenuhi manusia, secara peringkatnya: agama, jiwa, akal, harta dan keturunannya. Bilamana dalam menjalankan perintah-perintah mendapatkan kesulitan, sedangkan dalam bidang muamalah diperbolehkan melakukan banyak bentuk transaksi yang dibutuhkan oleh manusia. Adapun dalam kaitannya dengan konsumsi manusia diperbolehkan menggunakan kebutuhan tambahan yang memberikan keringanan.
- 2) *Hajjiyah* (sekunder) adalah syariah yang bertujuan untuk memudahkan dan menghilangkan kesempitan. Hukum-syara' dalam kategori ini tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok tadi melainkan untuk menghilangkan kesempitan atau berhati-hati terhadap lima hal pokok tersebut.
- 3) *Tahsiniyah* (tersier) adalah syariah yang menghendaki kehidupan yang indah dan nyaman di dalamnya. Terdapat beberapa dalam hal syariah yang dimaksudkan untuk mencapai pemanfaatan yang lebih baik, keindahan dan simplifikasi dan *dharuriyyah* dan *hajjiyah*. Misalkan dibolehkannya memakai baju yang nyaman dan indah.⁵⁰

Dengan demikian jelaslah bahwa jenis konsumsi sangat beragam, baik konsumsi pokok, sekunder maupun primer. Akan tetapi, jenis-jenis konsumsi

⁵⁰Mustafa Edwin Nasution, Dkk, *Pengendalian Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana 2010, h. 63

yang diutamakan adalah kebutuhan pokok. Apabila ia memiliki pendapatan lebih barulah kebutuhan sekunder dan tersier akan dikonsumsi seseorang. Pentingnya konsumsi dalam Islam disorot dalam poin-poin berikut:1, Konsumsi adalah naluri Islam memandang konsumsi sebagai masalah bawaan bagi manusia, dan karena itu itu perlu baginya, dan segala sesuatu yang seperti itu tidak menghalangi Islam darinya,2. Konsumsi adalah ibadah dan ketaatan adalah bentuk ketaatan: Dalam Islam, konsumsi dianggap sebagai jenis ibadah, 3. Konsumsi dalam Islam adalah sarana dan bukan tujuan, 4. Konsumsi dalam Islam mendapat pahala di dunia dan akhirat.⁵¹

3. Perilaku Konsumtif

Pengertian perilaku konsumtif menurut James S. Coleman mendefinisikan perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi sesuatu tanpa batas, dan lebih mementingkan keinginan yang ditandai dengan kehidupan yang serba mewah dan berlebihan.⁵² Sedangkan menurut Aprilia dan Hartoyo mendefinisikan perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang muncul karena dipengaruhi oleh beberapa faktor sosiologis yang ada dalam hidupnya, perilaku ini ditunjukkan dengan mengonsumsi barang dan jasa yang diperlukan dengan cara tidak terencana dan berlebihan.⁵³ Perilaku konsumtif menurut Lina adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.⁵⁴

Sukses atau tidaknya suatu produk dipasaran sangat berpengaruh bagaimana produk tersebut diterima dipasar oleh konsumen. *Consumer behavior* didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya

⁵¹Mnkuulli, *Pengajaran Ekonomi Islam*, Al-Baghyal Al-Ghali Pusat Penelitian Ekonomi Islam Universitas Raja Abdulaziz, Terj Muhammad Najatullah Siddiqui, 2007 Ed-1

⁵² James S Coloman, *Dasar-Dasar Teori Sosial*, Cet Iv, (Bandung: Nusa Media, 2011) h. 326

⁵³ Dewi Aprilia Dan Hartoyo, *Analisis Sosiologis Perilaku Onsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung*, Vol. 15 No. 1 (2013), h.73.

⁵⁴ Lina Dan Rosyid, H. F, *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri*, Psikologi, No. 4 Tahun 1997, h. 177

proses pengambilan keputusan, kegiatan fisik yang semua melibatkan individu dalam menilai dan mendapatkan barang dan jasa secara ekonomis.⁵⁵ Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan dalam mengonsumsi barang dan jasa yang dilakukan secara berlebihan, lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Artinya, dalam mengonsumsi sesuatu tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena banyak orang yang memakai produk tersebut dan ada hadiah produk tersebut.

a. Dimensi- dimensi Perilaku Konsumtif

Fromm mengatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengonsumsi sesuatu yang tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya.⁵⁶ Dalam penelitian ini menggunakan dimensi perilaku konsumtif berdasarkan ciri perilaku konsumtif menurut fromm, yaitu:⁵⁷

1) Pemenuhan keinginan

Rasa puas manusia tidak berhenti pada satu titik saja, melainkan selalu meningkat oleh karena itu dalam pengkonsumsian suatu hal manusia selalu ingin lebih puasnya, sebenarnya tidak ada kebutuhan terhadap barang tersebut. Adapun indikator yang terdapat dalam pemenuhan keinginan sebagai berikut: Kepuasan dan Berlebihan.

2) Barang diluar jangkauan

Individu akan selalu merasa belum puas dan mencari-cari kepuasan akhir dengan mendapatkan barang-barang baru. Individu tidak lagi melihat pada kebutuhan dirinya dan kegunaan barang itu bagi dirinya. Indikator barang diluar jangkauan sebagai berikut: Kegunaan.

⁵⁵ Danang Suyanto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Cet Ke-1, (Yogyakarta: CAPS, 2014), h. 255

⁵⁶ Fromm, Erich, *Masyarakat Yang Sehat*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1995), h. 175.

⁵⁷ *Ibid*, h.176

3) Barang tidak produktif

Jika pengonsumsi barang menjadi berlebihan maka kegunaan konsumsi menjadi tidak jelas dan barang menjadi tidak produktif. Indikator barang tidak produktif adalah sebagai berikut: Pemborosan.

4) Status

Perilaku individu bisa digolongkan sebagai konsumtif jika individu memiliki barang-barang lebih karena pertimbangan status. Tindakan konsumsi itu sendiri tidak lagi merupakan pengalaman yang berarti, manusiawi dan produktif karena hanya merupakan pengalaman pemuasan angan-angan untuk mencapai sesuatu (status) melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhan dirinya. Adapun indikator status sebagai berikut: Pertimbangan status.

b. Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna dan kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi perilaku ini bertentangan dengan ajaran Islam dimana kita dilarang untuk berlebih-lebihan dalam mengonsumsi sesuatu hal.

Di antara faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen Muslim adalah perintah untuk menabung di saat kesusahan, adanya korelasi antara tingkat keimanan seseorang dan pengeluarannya di jalan Allah. Pengeluaran duniawi ini termasuk; 1. pada pengeluaran saat ini dan tabungan untuk pengeluaran masa depan, 2. Pengeluaran untuk orang lain (sedekah) Artinya, di jalan Allah, dengan tujuan akhirat, 3. Mengecualikan hal-hal buruk hanya dari produk dan komoditas yang tersedia dengan adanya kehalalan, 4. Kesalehan menentukan perilaku konsumen Muslim, 5. Ada jumlah minimum tertentu untuk pengeluaran orang lain, yang merupakan bagian dari zakat, 6. Keseimbangan dalam hal pengeluaran dan pendapatan. Maka kerangka umum konsumsi umat Islam dapat divisualisasikan sebagai berikut: Pengeluaran duniawi, dan ruang lingkungannya adalah baik dan tidak buruk, tanpa pemborosan, kelebihan atau biasa-biasa saja

dan berbelanja karena Allah.⁵⁸ dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya: dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.(Q.s Al-Furqan ayat 67).

Diantara tanda-tanda hamba tuhan yang maha penyayang adalah bersikap sederhana dalam membelanjakan hartanya baik untuk diri mereka maupun untuk keluarga. Mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir dalam pembelanjaan itu, akan tetapi ditengah-tengah diantara keduanya yaitu sederhana⁵⁹.

Al-Qur'an mengingatkan manusia agar tidak terhanyut dalam kehidupan yang materialis dan hedonistik. Namun, bukan berarti manusia dilarang untuk menikmati kehidupan yang telah diberikan oleh Allah SWT sebagai anugerah. Allah telah memberikaan fasilitas-fasilitas kepada manusia seperti pakaian, makanan, minuman rumah dan lainnya. Manusia hanya dilarang untuk berlaku berlebih-lebihan dan boros karena Islam mengajarkan agar konsumen bersikap sederhana.⁶⁰

Salah satu ketetapan A-Qur'an dalam bidang ekonomi yang menyangkut aspek konsumsi adalah melarang untuk bertindak *mubazir*. *Tabzir* atau *israf* artinya menghambur-hamburkan harta dan menafkahnannya dalam kemewahan atau berlebihan.⁶¹ Konsumsi yang berlebihan merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, karena dalam Islam disebut dengan istilah *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna).⁶² Perilaku yang dibolehkan, yang merupakan jalan tengah antara pemborosan dan

⁵⁸Mnkuulli, *Pengajaran Ekonomi Islam*, Al-Baghyal Al-Ghali Pusat Penelitian Ekonomi Islam Universitas Raja Abdulaziz, Terj Muhammad Najatullah Siddiqui, 2007 Ed-1

⁵⁹[https://Tafsirq.Com/25 Al-Furqan Ayat 67 Tafsir Quraish Shihab](https://Tafsirq.Com/25%20Al-Furqan%20Ayat%2067%20Tafsir%20Quraish%20Shihab)

⁶⁰ Yusuf al- Qardhawi, h148

⁶¹ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro*, Cet Ke-1, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h.32.

⁶² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (Implementasi Etika Islmi Untuk Dunia Usaha)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.165.

penghematan itu adalah jalan tengah antara perhiasan dan ketakwaan, dan kebanyakan orang tidak mengambilnya. Karena mereka cenderung untuk mempercantik diri, dan beberapa dari mereka melampaui kemewahan dan kehormatan.

4. Gaya Hidup

Menurut Kotler, gaya hidup dapat didefinisikan sebagai pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup juga menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam beraksi dan berinteraksi dengan lingkungannya.⁶³

Gaya didefinisikan sebagai bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana orang tersebut menggunakan uangnya, dan bagaimana ia mengalokasikan waktunya, dan sebagainya.⁶⁴ Secara sederhana, gaya dapat didefinisikan sebagai aktivitas tentang bagaimana seseorang hidup. Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka mengalokasikan waktunya.⁶⁵

Gaya hidup oleh berbagai ahli sering disebut merupakan ciri sebuah dunia modern atau modernitas. Artinya, siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Melalui dukungan iklan, budaya populer, media massa, dan transformasi nilai modern yang dilakukan konsumen. Gaya hidup dan perilaku konsumtif ibaratnya adalah dua sisi mata uang yang menjadi habitat subur bagi perkembangan kapitalisme. Di masyarakat post modern, orang yang bergaya tanpa modal atau hanya mengandalkan symbol-symbol budaya. Seseorang dikatakan memiliki gaya hidup yang modern, ketika ia mengonsumsi

⁶³ Philip Kotler Dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 1 (Jakarta: Prenhalindo, 2002) ,h. 192.

⁶⁴ Risriyanti Prasetyo Dan Jhon J.O.I Lhalauw, *Perilaku Konsumen*,(Yogyakarta: Andi Offset, 2006), h. 56.

⁶⁵ Jhon C. Mowen Dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*,(Jilid 1, Edisi Ke-5(Terjemahan), Erlangga: Jakarta,2002), h. 282.

dan memamerkan symbol-symbol ekonomi yang berkelas dan melakukan berbagai aktivitas yang membutuhkan dana tidak sedikit.⁶⁶

a. Dimensi Gaya Hidup

Dimensi gaya hidup menggunakan metode psikografik AIO. Gaya hidup adalah pola hidup yang menggambarkan kegiatan, ketertarikan dan opini individu yang berintegrasi dengan lingkungan sekitarnya dan cara mengukurnya dengan cara menggunakan *psicografics*.⁶⁷ *Psicografics* adalah suatu instrument untuk mengukur gaya hidup, yang menggunakan pengukuran kualitatif dan bisa digunakan untuk menganalisis data yang sangat besar, psikologis biasanya digunakan untuk melihat segmen pasar.⁶⁸ Menurut Sunarto dalam Silvy mengatakan indikator gaya hidup diantaranya:⁶⁹

- 1) *Activities* (kegiatan). Dalam aktivitas diungkapkan apa yang dikerjakan oleh konsumen, kegiatan apa yang diisi oleh konsumen ketika mengisi waktu luang dan produk apa saja yang dibeli oleh konsumen. Kegiatan ini biasanya sangat sulit untuk diamati, karena memang tindakan yang dilakukan jarang dapat diukur secara langsung. Adapun indikator aktivitas meliputi: Pekerjaan dan Hoby.
- 2) *Interest* (minat). Dalam minat dijelaskan apa saja kegemaran, kesukaan, minat dan prioritas utama dalam hidup seorang konsumen. Minat disini lebih ditekankan pada kegemaran dan kesukaan konsumen dalam mengonsumsi produk dan jasa yang diinginkan. Indikator minat meliputi: Perkumpulan sosial dan Pakaian.
- 3) *Opinion*(opini). Diartikan sebagai perasaan dan pandangan konsumen dalam menanggapi permasalahan-permasalahan yang

⁶⁶ David Chaney, *Life Style: Sebuah Pengantar Komprehensif* (yogyakarta: Jalasutra, 2004),h .40.

⁶⁷ Kotler, Philip Dan Armstrong, Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012),h . 192.

⁶⁸ Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor:Ghalia Indonesia,2011), h. 58.

⁶⁹ Silvy L. Mandey, *Pengaruh Fakor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Vol. 6 No. 1 2009

terjadi naik secara global, lokal atau moral ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan harapan dan evaluasi, penafsiran, seperti antisipasi sehubungan peristiwa masa akan datang., kepercayaan mengenai maksud orang lain dan sebagainya. Indikator opini meliputi: Produk.

b. Gaya Hidup Menurut Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam gaya hidup hedonis adalah gaya hidup yang didasarkan pada kesenangan, kegembiraan dan lainnya yang termasuk didalamnya. Namun, dalam mencapai kebahagiaan tersebut Islam melarang ummatnya untuk berbuat secara berlebih-lebihan dan boros, karena perbuatan yang berlebih-lebihan akan menjadikan manusia lupa dan lalai dengan tipu daya dunia.

Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman dalam surah Al-An'am: 32:

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يَتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

Artinya: *dan Tiadalah kehidupan dunia ini, selain dari main-main dan senda gurau belaka[468]. dan sungguh kampung akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertaqwa. Maka tidakkah kamu memahaminya?(Q. S Al-An'am:32)*⁷⁰

Maksud ayat di atas menjelaskan kepada kaum muslimin bahwa dalam mencapai kebahagiaan manusia jangan sampai terperdaya dengan kesenangan yang sifatnya sementara sehingga membuat manusia lupa akan kehidupan yang kekal (akhirat). Tetaplah menjaga diri dari azab Allah dengan mentaati-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Seorang muslim dalam melakukan aktivitas terutama dalam halal konsumsi harus sesuai dengan syariat Islam, artinya tidak mementingkan kesenangan semata. Gaya hidup dalam ekonomi Islam lebih mengarah kepada efisiensi yang dimaksud adalah keselarasan antara pemasukan dan pengeluaran, artinya dalam memenuhi kebutuhan harus sesuai dengan kadar yang dibutuhkan oleh jasmani, Islam melarang ummat untuk bertindak secara

⁷⁰ Departemen Agama RI Al-Qur'an Dan Terjemahan, (Bandung: Syamil Cipta Media, 2005)

berlebih-lebihan dan hanya mementingkan kesenangan diri sendiri, bermewah-mewahan dengan menngamburkan hartanya secara boros, tanpa melihat hak orang disekitarnya yang lebih membutuhkan.

5. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial dapat didefenisikan sebagai interaksi sosial yang terjadi di masyarakat baik secara langsung, misalnya dengan diskusi dengan teman, maupun dengan *vicarious*, yaitu pengamatan individu mengenai apa yang sedang dilakukan atau dikenakan oleh orang lain.⁷¹ Pada umumnya lingkungan sosial dibagikan menjadi dua, yaitu lingkungan sosial makro dan lingkungan sosial mikro.⁷² Lingkungan sosial merupakan segala kondisi dalam dunia yang dengan cara-cara tertentu mempengaruhi tingkah laku kita, pertumbuhan, perkembangan atau manusia lain yang mempengaruhi kita. Lingkungan sosial ini berpengaruh besar terutama terhadap pertumbuhan rohani dan kepribadian.⁷³ Lingkungan sosial ini merujuk dimana seorang individu melakukan interaksi sosial. Interaksi sosial merupakan hubungan timbal balik antar individu atau kelompok. Kita melakukan interaksi sosial dengan anggota keluarga, teman, dan kelompok sosial lain yang lebih besar.⁷⁴

Bintarto dan surastopo mendefenisikan lingkungan sosial sebagai tempat individu berinteraksi, yang memiliki beberapa aspek yaitu kemasyarakatan, sikap kejiwaan, sikap kerohanian dan lain sebagainya.⁷⁵ lingkungan sosial terbagi menjadi beberapa tingkatan, tingkatan yang pertama adalah keluarga, dari keluarga kita diajari bagaimana sikap, cara dan sifat berinteraksi dengan orang lain. Tingkat kedua, yaitu tingkat sekolah, dimana kita bisa mengembangkan pelajaran dan bersosialisasi dengan teman. Tingkat ketiga, yaitu lingkungan kerja, dimana lingkungan kerja kita sudah dimulai untuk mandiri dan sudah bisa untuk

⁷¹ Jhon. C. mowen dan Michael minor, *perilaku konsumen*, (Jakarta:erlangga, 2002), h.144.

⁷² J. Paul Peter Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumn Dan Strategi Pemasaran*, Ed Ke-4, Terj. Damos Sihombing, (Jakarta:, 2000), h.6.

⁷³ Muhammad A Nasution, *Ilmu Sosial.....*,h.51

⁷⁴ Elly M. Setiadi, *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2012), h.66.

⁷⁵ 2012,h. 52

menyeimbangkan apresiasi dan ilmu kita kedalam bidang pekerjaan yang kita tekuni. Dan tingkat yang paling akhir adalah lingkungan masyarakat yang kita temui sesaat kita sudah cukup siap untuk bisa terjun langsung kedalamnya dengan bekal yang sudah kita miliki dari lingkungan sosial sebelumnya.

a. Dimensi- dimensi Lingkungan Sosial

Dimensi lingkungan sosial terdiri dari:

1) Lingkungan referensi

Lingkungan referensi didefinisikan sebagai kumpulan dari dua orang atau lebih yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama. Adapun indikatornya meliputi: Kelompok acuan.⁷⁶

2) Keluarga

keluarga dipandang sebagai aspek formalitas dan legalitas sebagai perkumpulan dua orang atau lebih dan saling berinteraksi yang ada suatu ikatan perkawinan ataupun adopsi.⁷⁷ Menurut Schiffman dan Kanuk bahwa keluarga didefinisikan sebagai dua orang atau lebih, yang dihubungkan oleh darah, pernikahan atau adopsi yang tinggal bersama-sama.⁷⁸ Indikatornya meliputi, rasa ambisi dan motivasi.

3) Peran Dan Status

kelompok menjadi sumber informasi penting dan membantu mendefinisikan norma perilaku. Posisi seseorang dapat didefinisikan dalam tiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status.⁷⁹ Menurut M.Z. Lawang status sosial masyarakat adalah penggolongan orang-orang termasuk dalam sistem sosial tertentu dalam lapisan hierarki (jenjang jabatan) menurut dimensi kekuasaan, *privilege*, dan prestise(kemampuan seseorang).⁸⁰ Adapun indikator dari peran dan status meliputi; status sosial dan gaya hidup.

⁷⁶ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 166.

⁷⁷ Ibid, h.165.

⁷⁸ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada, 2016), h 33.

⁷⁹ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Op. Chit*, h. 172

⁸⁰ Usman effendi, *op. chit*, h. 72

b. Lingkungan Sosial Menurut Pespektif Islam

Secara sosial manusia selain disebut sebagai *homo socius*, juga disebut sebagai *homo ecologus*, artinya manusia adalah bagian yang akan terpisahkan dari suatu ekosistem, sehingga manusia memiliki kecenderungan untuk selalu memahamilingkungannya. Oleh karenanya, hubungan manusia dengan lingkungan tidak dapat dipisahkan.⁸¹ Kemudian lingkungan sosial dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang terdapat disekitar manusia yang dapat memberikan pengaruh terhadap manusia tersebut, serta manusia-manusia yang lain yang ada disekitarnya seperti keluarga, tetangga, teman kerja, bahkan juga orang lain yang ada disekitar yang belum dikenal sekalipun. Dalam islam hubungan interaksi sesama manusia disebut *hablun minannas*. Manusia merupakan bio-sosial hal ini ditandai dengan kehidupan manusia bergantung pada manusia lain. Kemudian manusia mempunyai kecenderungan untuk bergaul dan membaur dengan sesama. Dengan demikian pada dasarnya seorang muslim harus berusaha untuk dapat mengenal lingkungannya secara baik selain itu menjalin *ukhuwah insaniah* antar sesama. Islam juga menganjurkan untuk bergaul dengan manusia yang memiliki akhlak yang baik pula karena golongan masyarakat yang baik akan memberikan interaksi yang harmonis dalam bermasyarakat.⁸²

Salah satu konsep kunci Islam sebagai agama yang berbasis sosial adalah konsep tentang komunitas. Tidak ada keraguan bahwa Islam bertujuan untuk menciptakan suatu komunitas sosial yang berkeadilan, yaitu komunitas yang dalamnya memungkinkan melaksanakan hukum kemanusiaan dan hukum ketuhanan, tidak hanya hukum-hukum yang mengatur perilaku individu tetapi juga hukum-hukum sosial. Islam merupakan *rahmatan lil' alamin*, kebenaran risalah Islam sebagai rahmat bagi manusia, terletak pada kesempurnaan Islam itu sendiri.

Islam telah mengatur manusia sebagai makhluk sosial dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 13 yang berbunyi:

⁸¹Obai, M,Y *Religiusitas Lembaga Pendidikan Yang Berwawasan Lingkungan*, Jurnal Al-Ta'dib, No 1, 2013

⁸²Nugraheni, H, Dkk, *Kesehatan Masyarakat Dalam Determinan Sosial Budaya*, Yogyakarta, 2018

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ
لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: *Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal mengenal. Sesungguhnya orang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang paling taqwa. Sesungguhnya maha mengetahui dan lagi maha mengenal.*⁸³

Dapat disimpulkan bahwa ayat di atas, manusia diciptakan untuk saling mengenal karna pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial, semakin kuat pengenalan antara seseorang maka akan semakin terbuka peluang untuk saling memberi manfaat. Artinya, seseorang membutuhkan orang lain dan lingkungan sosialnya sebagai sarana untuk bersosialisasi ataupun berinteraksi. Yang menjadi tantangan besar bagi umat Islam masa kini adalah Islam belum lagi terwujud risalahnya, ia belum menjadi rahmat bagi manusia karena kita harus mengadakan koreksi total terhadap cara-cara hidup kita, baik bidang *ubudiyah* maupun dalam bidang muamalah. Islam dilarang menjadi umat pengekor, tetapi sebagai pengendali, tidak mudah juga goyah yang mudah ditarik kemana-mana tetapi sebagai lekomotif yang menarik dan bertenaga besar.

Dalam konsep ekonomi syariah dimana profil manusianya didasarkan pada konsep *nafsul muthmainah*. Dengan konsep ini maka orientasi manusia bukanlah pada *self interest*, namun pada *falah*. *Falah* adalah konsep diaman tujuan hidup manusia yang sebenarnya adalah menggapai kebahagiaan dunia dan akhirat (*al hasanah fid dunya wal aakhirah*), sehingga manusia akan berusaha menjadi *falah maximizer*. Dalam konteks teori konsumsi, ketiak orientasinya adalah untuk mencapai *maximum falah*, maka di dalam melakukan konsumsinya, seseorang tidak hanya memikirkan dirinya, namun juga orang lain. Sehingga, seorang *falah*

⁸³Kementerian Agama Republic Indonesia

maximizer akan senantiasa mempertimbangkan apakah konsumsi yang dilakukan memberikan kemaslahatan bagi diri dan lingkungannya. Dengan uang yang dimilikinya, ia akan berusaha menciptakan kemanfaatan yang sebesar-besarnya.⁸⁴

6. Budaya

Budaya didefinisikan sebagai sumber atau fakta yang kompleks, yang diciptakan manusia, diturunkan dari generasi ke generasi yang lain sebagai faktor penentu dan pengatur manusia dalam masyarakat.⁸⁵ Menurut Wallendorf & Reily dalam Mowen dan Minor budaya adalah seperangkat perilaku yang secara sosial dialirkan secara simbolis melalui bahasa dan cara-cara lain pada anggota lain masyarakat tertentu.⁸⁶

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa budaya adalah gejala-gejala perilaku manusia yang tersusun dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup yang dilengkapi dengan symbol-symbol yang mereka buat sendiri berupa peralatan hidup, adat istiadat dan gagasan yang memenuhi kebutuhan hidup kemudian diwariskan dari generasi ke generasi sebagai faktor penentu dan yang mengatur perilaku anggotanya. Budaya yang berkembang di Indonesia merupakan akulturasi dari berbagai macam budaya. Hal ini karena Indonesia merupakan lalu lintas perdagangan dan tempat persinggahan mereka yang melakukan penjajahan, sehingga dapat dikatakan bahwa percampuran budaya di Indonesia itu percampuran budaya yang beraneka ragam. Didalam budaya terdapat 4 komponen, yaitu:

a. Bersifat komprehensif

Budaya hampir semua hal yang mempengaruhi proses pemikiran individu dan perilakunya. Budaya tidak hanya mempengaruhi

⁸⁴ Irfan Syauqi Beik, *Islamisasi Ilmu Ekonomi, Jurnal Ekonomi Islam, Center Of Islamic Business And Economic Studies Institute Pertanian Bogor*, Vol.7 N0. 2 Desember 2016

⁸⁵ Sri Hartiyah, *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribasi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gas Elpiji Tanung 5,5 Kg*, Jurna Fakultas Ekonomi Universitas Sains, 2015, h.6.

⁸⁶ Kussnugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Prenada Media, 2003), h. 261.

pereprehensif kita, akan tetapi bagaimana kita membuat keputusan atau bahkan bagaimana kita memahami dunia sekeliling kita.

b. Budaya yang diperoleh

Budaya tidak meliputi posisi yang diwariskan. Namun sebagian besar perilaku manusia dipelajari dari pembawaan sejak lahir, maka budaya benar-benar telah mempengaruhi perilaku manusia untuk bertingkah laku.

c. Kekompakan masyarakat modern

Budaya jarang memberikan resep yang rinci untuk perilaku yang tepat. Di dalam masyarakat industri, budaya memeberikan batasan di dalam batas mana individu atau perorangan berpikir dan bertindak.

d. Pengaruh budaya yang jarang kita menyadarinya.

Seseorang yang berperilaku, berfikir dan merasa konsisten dengan anggota lainnya dari budaya yang sama, sebab kelihatannya memang alami atau memang sudah benar apa yang mereka lakukan.⁸⁷

Budaya tidak hanya dipengaruhi sifat yang abstrak seperti nilai, pemikiran, sikap kepercayaan dan kebiasaan seseorang atau masyarakat. Budaya juga terbentuk oleh objek material seperti rumah, kendaraan, peralatan elektronik dan pakaian. Hubungan manusia dengan budaya adalah manusia sebagai pelaku budaya dan budaya objek yang dilakukan oleh manusia. Dalam istilah sosiologi manusia dan kebudayaan adalah dwi tunggal, maksudnya bahwa walaupun keduanya berbeda tetapi mereka satu-kesatuan yang akan sangat sulit untuk dipisahkan.⁸⁸ William Eastoli berpendapat, yang merupakan seorang mantan ekonom Bank Dunia dan penulis *The White Man's Science*, mengatakan bahwa ada banyak yang bisa dipelajari tentang pandangan ekonom yang serba terbuka bahwa orang sama di mana-mana akan menanggapi peluang yang tepat. Sebagian besar penduduk yang berada di negara-negara multikultural di mana peluang dan

⁸⁷ J Supranto Dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2011), h, 21.

⁸⁸ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 38.

tersedia untuk semua.⁸⁹ latar belakang budaya yang sangat berbeda di Sejauh yang kita tahu, faktor keturunan tidak ada hubungannya dengan budaya tidak ada hubungannya dengan budaya Sementara perubahan budaya bukanlah rancangan yang sederhana atau mudah, hal ini dapat terjadi di seluruh dunia.⁹⁰

Budaya di sini merupakan ciri utama dari kepercayaan dan kecenderungan bersama dari setiap kelompok, hal inilah merupakan alasan kemajuan globalisasi. Dalam ilmu ekonomi budaya berkembang dari bagaimana keinginan dan selera terbentuk dalam masyarakat, sebagian karena aspek pengaruh dari lingkungan di mana seseorang tumbuh, Selera yang diperoleh dapat dilihat berbagai contoh karena menunjukkan bagaimana prioritas dapat dibentuk oleh sosial budaya di dalam ekonomi menyatakan bahwa setiap individu tidak akan mendapatkan keputusannya berdasarkan keputusan jelas dan tegas saja, akan tetapi juga melalui ketergantungan pada pengaruh kelompok.⁹¹

Pertumbuhan Laju kemajuan teknologi yang melesat mengubah cara masyarakat dalam mengkonsumsi dan mengikuti dari berbagi budaya. Dalam bidang ekonomi budaya telah mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan dengan munculnya jaringan sosial media yang telah menyebabkan peningkatan signifikannya. Masyarakat yang menggunakan teknologi akan mudah menyerap budaya lain untuk diikuti terutama dapat peningkatan dalam hal konsumsi, Teknologi baru juga menyebabkan pergeseran hubungan antar masyarakat dengan media sosial ditandai dengan perilaku khalayak dalam mengkonsumsi informasi, hal ini disebabkan Semua jenis budaya dapat diakses dari dalam teknologi. David Landes mengungkapkan sebuah teori yang menyatakan bahwa setiap masyarakat atau budaya harus menentukan aturannya, lebih baik atau lebih buruk bagi mereka, akan tetapi ada perbedaan di antara mereka.

menurut Kotler faktor pertama yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah faktor kebudayaan. Faktor kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang mendasar untuk mendapat nilai, persepsi, preferensi

89

⁹⁰Misbahurriyah, *Ekonomi Budaya*, Wikipedia, Ensiklopedia Gratis

⁹¹Lawrence E. Horrison, *Kebudayaan Dan Pembangunan Ekonomi*, Misbahalhurriya

dan perilaku. Faktor budaya meliputi faktor kebudayaan, subbudaya dan kelas sosial.⁹²

a. Dimensi budaya

Dimensi budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Dimensi budaya antara lain terdiri dari:

a). Peran budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Seorang pegawai dan mendapatkannya dari perkumpulannya. Indikator peran budaya meliputi: persepsi, perilaku.

b). Sub-budaya.

Setiap budaya terdiri dari yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri khusus bagi anggota-anggotanya. Indikator sub-budaya terdiri dari: Agama

c) Kelas sosial pembeli

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Strata tersebut biasanya terbentuk system kasta dimana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Adapun indikator kelas sosial pembeli meliputi: kepercayaan dan sikap.⁹³

b. Budaya Dalam Pespektif Islam

Manusia adalah makhluk Allah yang diciptakan di dunia ini sebagai khalifah. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan manusia dengan dunia tidaklah selalu diwujudkan dalam tuntutan yang pasif, pasrah, dan menyesuaikan diri dengan tuntutan lingkungannya. Tetapi justru harus diwujudkan dalam sikap aktif, memanfaatkan lingkungannya untuk

⁹² Agung Suprayinto, Dkk, *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gado-Gado Boplo*, Jurnal Agribisnis, Vol 9 No. 2, 2015, h. 201.

⁹³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Penerapan Dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), h. 228.

kepentingan hidup dan kehidupannya. Dari hubungan yang bersifat aktif itulah tumbuh kebudayaan.⁹⁴

Terkait dengan ruang lingkup kebudayaan sangat luas mencakup segala aspek kehidupan (hidup ruhaniah) dan penghidupan (hidup jasmaniah) manusia. Sidi Ghazalba merumuskan kebudayaan dipandang dari aspek ruhaniah, yang menjadi khakikat manusia yang membentuk masyarakat dalam satu ruang dan suatu waktu.⁹⁵ Koenjaningrat mengartikan budaya sebagai gagasan dan karya manusia, yang harus dibiasakan dengan belajar, beserta keseluruhan dari hasil budi dan karya. Ia juga menyatakan bahwa terdapat unsur-unsur universal dalam semua kebudayaan yaitu, salah satunya sistem religi.⁹⁶ Dengan demikian, Islam bukanlah hasil dari produk budaya akan tetapi Islam justru membangun sebuah budaya. Dalam budaya ekonomi syariah menekankan 4 sifat, antar lain:

- 1) Kesatuan (*unity*)
- 2) Keseimbangan (*equilibrium*)
- 3) Kebebasan (*free will*)
- 4) Tanggung jawab (*responsibility*)

Dalam menjalankan kegiatan ekonomi, Al-Qur'an melarang umat Islam mempergunakan cara-cara yang batil seperti dengan melakukan kegiatan riba, melakukan penipuan, mempermainkan takaran, timbangan, dan melakukan praktik suap menyuap, dan cara-cara bathil lainnya. Budaya merupakan penerapan ekonomi Islam bagian dari ibada muamalah belum menemukan bentuknya yang baku. Implementasinya setiap negara muslim, beda budaya beda pula penerapan dan penurunan atau gradasi nilai-nilai Islam dalam ekonomi. Bila penerapan nilai-nilai islma dalm perspektif budaya dapat bersinggungan dengan nilai-nilai budaya setempat dan saling mempegaruhi.

⁹⁴Muhaimin, *Kawasan Dan Wawasan Studi Islam* (Cet I:Jakarta: Kencana, 2005) h, 333

⁹⁵Sidi Gazalba, *Masyarakat Islam, Pengantar Sosiologi Dan Sosiografy*,(Cet II, Jakarta: Bulan Bintang, 1989)h, 12.

⁹⁶Koenjaningrat, dikutip <http://komunitas-nuun.blog-spot.com>. Com di unduh 02 agustus 2021

Dalam banyak hal Islam selalu memperkuat budaya-budaya setempat, misalnya nilai budaya gotong royong yang bertemu dengan nilai ukhuwah Islamiyah lalu nilai keduanya menjadi bagian nilai baru yang sekilas meskipun eksplisit tidak memunculkan slogan Islam, namun secara implisit muatan nilai-nilai Islamnya dapat ditelusuri dengan jelas. Sebagai contoh dalam bidang ekonomi, bisa jadi konsep-konsep ekonomi yang pernah digagas oleh founding father Indonesia misalnya konsep ekonomi koperasi merupakan bentuk khas ekonomi Islam dalam konteks ke-indonesiaan. Agama dan budaya dapat menjadi sumber nilai-nilai yang mempengaruhi bentuk dan praktik ekonomi dimasyarakat. Disisi lain penerapan ekonomi Islam dalam perspektif budaya bersinggungan dengan budaya setempat membentuk pola yang saling mempengaruhi.⁹⁷

7. Religiusitas

Menurut Deikarya kata religi berasal dari bahasa latin religio (agama) yang akar katanya *religare* yang berarti meningkat.⁹⁸ Religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang, Internalisasi yang berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun dalam ucapan. Kepercayaan ini kemudian diaktualisasikan dalam perbuatan dan tingkah laku sehari-hari⁹⁹. Mangun Wijaya membedakan antara istilah religi dengan agama dengan istilah religiusitas. Agama menunjukkan aspek formal, yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban. Sedangkan religiusitas menunjukkan pada aspek religi yang dikhayati individu dalam hati. Adi Bubrono menjelaskan bahwa manusia religius adalah manusia yang struktur mental keseluruhannya secara tetap diarahkan kepada pencipta nilai mutlak, memuaskan dan tertinggi yaitu tuhan.¹⁰⁰

⁹⁷Ery Wibowo, *Ekonomi Islam Dalam Konteks Keindonesiaan*, Jurnal Unimus

⁹⁸ Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), h. 15-16.

⁹⁹ Ma'zumi Taswiyah & Najmudin, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional*, Vol-34, No. 2 2017

¹⁰⁰ Adi Subroto, *Orientasi Nilai Orang Jawa Serta Ciri-Ciri Kepribadiannya*, (Yogyakarta; Fakultas Psikologi Ugm, 1987) h.23.

Manusia dibekali oleh Allah beberapa potensi dasar yang sangat membantu manusia dalam melakukan kegiatan-kegiatan hidupnya. Potensi tersebut berupa potensi ragawi atau fisik, potensi nalar akal, dan potensi hati nurani atau *qalbu*. Kebutuhan pengembangan ketiga potensi dasar manusia tersebut akan memberikan kualitas manusia yang utuh. Disitulah pentingnya peranan agama dan moral. Dan apabila pengembangan potensis dasar tersebut tidak dilakukan secara seimbang dan harmoi maka akan menimbulkan gejala-gejala sekunder aspek kejiwaan dan rohani, seperti munculnya manusia pecah kepribadian dan krisis dimensi.

Masyarakat yang tinggal disuatu daerah juga berperan sebagai manusia yang memiliki kebutuhan dan keinginan, baik masyarakat mampu maupun yang tidak mampu dan juga kebutuhan sesuai kebutuhan hidup ataupun keinginan untuk memiliki. Masing-masing masyarakat memiliki sifat dan kepribadian yang berbeda-beda, yang terpengaruh oleh berbagai sistem nilai dan secara langsung ataupun tak langsung akan terpengaru terhadap pola konsumsi masyarakat. Salah satunya sistem nilai itu ialah agama. yang dianggap sebagai suatu jalan hidup bagi manusia yang menuntun manusia agar hidupnya tidak kacau. Agama berfungsi untuk mengatur integritas manusia dalam membina hubungan dengan sang pencipta serta hubungan dengan sesama manusia dan alam yang mengintarnya. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Quraish Shihab bahwa karakteristik agama adalah hubungan makhluk dengan pencipta, yang terwujud dalam sikap batinnya, tamak dalam ibadah yang dilakukannya. Dari pernyataan beliau tersebut dapat dikatakan bahwa agama bukan hanya bersikap vertical dalam artian hanya hubungan manusia dengan tuhan saja atau hanya sebtas ibadah saja, akan tetapi, agama juga bersifat horizontal yaitu agama mengajarkan kepada umatnya bagaimana hubungan dengan sesame manusia dan alam sekitarnya.¹⁰¹

Agama adalah wahyu yang diturunkan oleh tuhan untuk manusia. Disamping sebagai sebuah keyakinan agama juga merupakan gejala sosial. Artinya, agama yang dianut melahirkan berbagai perilaku sosial, yakni perilaku

¹⁰¹Nashori Fuad, *Agenda Psikologi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002, h. 68.

yang tumbuh dan berkembang dalam kehidupan bersama. Agama memiliki daya konstruktif, regulative dan formulatif membangun tatanan kehidupan masyarakat.

a. Dimensi religiusitas

C.Y Glock dan R Stark dalam buku *American piety the nature of religious commitment* sebagaimana dalam buku sosiologi agama menyebutkan lima dimensi beragama, yakni:¹⁰²

1) Keyakinan

Dimensi berisikan pengharapan yang berpegang teguh pada teologis tertentu. Dimensi keyakinan adalah sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatic di dalam ajarannya. Misalnya: tingkat kepercayaan.

2) Pengalaman/praktik

Dimensi ini berhubungan perasaan dan pengalaman-pengalaman keagamaan yang pernah dirasakan dan dialami. Misalnya, dimensi ini dapat terwujud dalam perasaan dekat atau akrab dengan Allah seperti: praktik.

3) Penghayatan.

Dimensi ini yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual di dalam agamanya. Unsur yang ada dalam dimensi ini adalah mencakup: tingkah laku.

4) Pengetahuan

Berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran-ajaran agama dan kitab sucinya. Dimensi ini menunjukkan dalam Islam menunjuk kepada sebera tingkat pengetahuan dan pemahaman muslim terhadap ajaran-ajaran terutama ajaran pokok agamanya, sebagaimana yang termuat dalam kitab sucinya. Orang-orang Beragama paling tidak harus mengetahui hal-hal

¹⁰² Kahmad& Dadang, *Sosiologi Agama*,(Bandung:Rosdakarya, 2002), h. 53-54.

yang pokok mengenai mengenai dasar-dasar ajaran agamanya terutama yang ada di dalam kitab sucinya seperti: tingkat pengetahuan.

5) Konsekuensi

Berkaitan dengan kewajiban seseorang sebagai pemeluk agama untuk melaksanakan ajaran agama yang dianutnya dalam kehidupannya sehari-hari sebagai bukti sikap dan tindakannya yang berlandaskan pada etika spiritual agama. Tingkat religiusitas seseorang akan tercermin dari sikap dan perilakunya sehari-hari yang mengarah kepada perilaku yang sesuai dengan tuntutan agama. Ancok dan Suroso (1995) mengatakan dalam Islam dimensi ini dapat diwujudkan dengan: Melakukan perbuatan baik, Perilaku yang baik, Suka menolong, Bekerja sama dan Menjaga lingkungan hidup.

b. Religiusitas Dalam Perspektif Islam

Peran agama dalam ekonomi syariah sangat signifikan, karena agama adalah referensi ekonomi syariah. Fungsi agama dalam ekonomi syariah sangat kuat, tanpa islam tidak akan ada ekonomi syariah. Ini adalah bagian dari keyakinan islam diyakini ajaran yang bersifat *syumuliyah* atau komprehensif. Artinya, mencakup seluruh bidang kehidupan, tidak ada satu pun bidang kehidupan yang diatur oleh islam, termasuk ekonomi.¹⁰³ Quraish Shihab mengatakan berdasarkan penjelasan Ahyadi bahwa “agama adalah hubungan makhluk dan khaliqnya, yang terwujud dalam sikap batinnya serta tampak dalam ibadah yang dilakukan dan tercermin pula dalam sikap kesehariannya.”¹⁰⁴

Keyakinan beragama menjadi bagian yang internal dari kepribadian seseorang. Keyakinan itu akan mengawasi segala tindakan perkataan yang bahkan perasaan saat seseorang tertarik pada sesuatu yang

¹⁰³Irfan Syauqi Beik, *Islamisasi Ilmu Ekonomi, Jurnal Ekonomi Islam, Center Of Islamic Business And Economic Studies Institute Pertanian Bogor*, Vol.7 NO. 2 Desember 2016

¹⁰⁴ Ahyadi, *Psikologi Agama*, (Bandung: Martina, 1981),h. 10.

tampaknya menyenangkan, maka keimanannya akan cepat bertindak menimbang dan meneliti apakah hal tersebut boleh atau tidak dalam agama. Sebagaimana dalam firman Allah SWT surat Al-Baqarah ayat 177:

مِرَاللّٰهٖ ءَاْمَنَ مِّنَ الْبُرِّ وَلَكِنِّ وَالْمَغْرِبِ الْمَشْرِقِ قَبْلَ وَجُوْهِكُمْ تُوَلُّوْا اِنَّ الْبُرِّ لَيْسَ ﴿١٧٧﴾
 رَبِّ ذُوٰى حُبِّهٖ عَلَى الْمَالِ وَاَتَى وَالنَّبِيِّعْنَ وَالْكِتٰبِ وَالْمَلٰٓئِكَةَ الْاٰخِرِ وَالْيَو
 اَتَى الصَّلٰوةَ وَاَقَامَ الرِّقَابِ وَفِي السَّابِلِ الْاَسْبَابِ وَالْمَسْكِيْنَ وَالْيَتٰمٰى الْق
 وَالضَّرَآءِ الْبَآسِآءِ فِي الصَّيْرِ عِنْدَ وَاِذَا بَعَثْتَهُمْ وَالْمُؤْمِنِ الْزَّكٰوةَ وَاِذَا
 اَلْمُتَّقُوْنَ هُمْ وَاُولٰٓئِكَ صَدَقُوْا الَّذِيْنَ اُولٰٓئِكَ الْبَآسِ وَاِذَا

Artinya: *bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa.*

Maksud dari ayat di atas, bahwa kebajikan atau ketaatan yang akan mengantarkan pada kedekatan kepada Allah bukanlah dalam menghadapi wajah dalam shalat ke arah timur dan barat tanpa makna, tetapi kebajikan yang seharusnya mendapat perhatian semua pihak adalah yang mengantarkan pada kebahagiaan di dunia maupun diakhirat, yaitu keimanan kepada Allah dan hari kemudian sebenar-benar iman, sehingga meresap kedalam jiwa dan membuahkan

amal-amal shaleh yang lahir pada perilaku kita.¹⁰⁵ Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberi cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, kualitas baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.¹⁰⁶

8. Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan tentang diri, persepsi tentang diri boleh bersifat psikologis, sosial dan fisik. Konsep ini bukan hanya gambaran deskriptif, tetapi juga penilaian tentang diri. Jadi konsep diri meliputi apa yang dipikirkan dan apa yang dirasakan tentang diri.¹⁰⁷ Menurut Hurlock konsep diri adalah konsep seseorang dari siapa dan apa dia itu. Konsep ini merupakan bayangan cermin, ditentukan oleh sebagian besar peran dan hubungan orang lain, apa yang kiranya reaksi orang terhadapnya. Konsep diri ini ialah gambaran mengenai penampilan kepribadian yang didambakannya.¹⁰⁸

Sedangkan menurut William D Brooks yang dikutip oleh Jalaluddin Rahmad, konsep diri merupakan persepsi individu terhadap dirinya, dalam hal ini bersifat fisik, psikologis dan sosial sebagai pengalaman interaksinya dengan orang lain.¹⁰⁹ Dan menurut William H. Fitts yang dikutip oleh Agustiani, konsep diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya, yang dibentuk melalui pengalaman-pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungannya.¹¹⁰ Menurut Mulyana, konsep diri adalah pandangan individu mengenai siapa diri individu, dan itu bisa diperoleh dari informasi yang diberikan

¹⁰⁵ M. Quraish Shihab, *Tafsir Almisbah Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta:Lentera Hati,2002), h. 390-391.

¹⁰⁶ Dita Rahayu, *Pengaruh Control Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Sains Dan Teknologi Angkatan 2015 UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG*, 2017, h.45

¹⁰⁷Rahmat J, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2007, h. 99-100

¹⁰⁸Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, Jilid Ke-2, (Jakarta:Erlangga,2005), h.237.

¹⁰⁹Jalaluddin Rahmad, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung:Remaya Rosdakarya, 1998), h.99.

¹¹⁰Hedrianti Agustiani, *Psikologi Pengembangan Pendekatan Ekologi Dengan Konsep Diri Dan Penyesuaian Diri Pada Remaja*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2006), h. 168.

oleh orang lain kepada individu.¹¹¹ Pengetahuan diri Konsep diri merupakan salah satu topik penting dalam filsafat, pendidikan, dan psikologi. (Mohseni, 1375, hal. 26). bahwa konsep diri atau kesadaran diri mencakup pengetahuan individu tentang karakteristik pribadinya dan kemampuan individu serta yang ada di dalamnya dirinya. Menurut William James yang melihat bahwa kesadaran diri mencakup diri objektif, aktif dan berpikir, dan menekankan bahwa diri memiliki struktur sosial, dan kesadaran diri itu sendiri adalah konsep kognitif sosial Ibnu Sina percaya bahwa hal terpenting dalam pendidikan adalah pengetahuan diri, dan ia percaya bahwa perasaan batin dan perenungan diri adalah cara terbaik untuk mewujudkan diri. Dan ada beberapa cara mengetahui pengetahuan diri sebagai berikut:

- a. Melalui pikiran dan kehadiran ilmu bawaan, dari sinilah naluri alamiah manusia berada, dan pengetahuan diri berarti mengetahui manusia dalam semua dimensinya yang berbeda, baik yang ada maupun yang mungkin tidak ada kemudian secara alami ada dalam tubuh dan jiwa manusia, Terutama hal-hal yang bersifat bawaan seperti: mencari Tuhan, mengenal Tuhan, menyembah Tuhan, mencari kesempurnaan, dan mencari kebenaran.
- b. Mengetahui potensi dan bakat potensial, seperti: pertumbuhan tanpa akhir, perolehan kebahagiaan, dan kenikmatan permanen dan mutlak.
- c. Mengenali masalah di luar ruangnya dan terkait dengannya pada saat yang sama, seperti: dari mana dia berasal, apa yang harus dia lakukan, apa tujuannya dan pada akhirnya kemana dia pergi.
- d. Mengetahui posisi dan kelemahan jiwa, mendiagnosis kemampuan yang dapat diandalkan dalam mencapai tujuan pendidikan tinggi, serta mendiagnosis daerah penyimpangan dari alam dan kegagalan untuk mengikuti jalan kebenaran.

¹¹¹Mulyana, Op.cit, h.7

a. Dimensi Konsep Diri

Menurut Calhoun dan Accocella (dalam Gufrn dan Risnawita) mengatakan konsep diri terdiri dari 3 dimensi, yaitu:¹¹²

1) Pengetahuan

pengetahuan adalah apa yang individu ketahui tentang dirinya. Individu Dalam benaknya terdapat suatu daftar yang menggambarkan dirinya, kelengkapan atau kekurangan fisiknya, usia jenis kelamin, kebangsaan, pekerjaan, agama dan lain-lain. Diidentifikasi oleh individu tersebut. Julukan ini juga dapat berganti setiap saat sepanjang individu mengidentifikasi diri terhadap suatu kelompok tertentu maka kelompok tersebut memberikan informasi lain yang dimasukkan kedalam potret dari mental individu. indikatornya Meliputi identitas dan yaitu label.

2) Harapan

pada saat-saat tertentu seseorang mempunyai suatu aspek pandangan tentang dirinya. Individu juga mempunyai satu aspek pandangan tentang kemungkinan dirinya menjadi “apa di masa depan”. pendeknya, individu mempunyai harapan bagi dirinya sendiri untuk menjadi diri yang ideal. Adapun indikator meliputi, pengakuan dan harapan.

3) Penilaian

Di dalam penilaian individu berkedudukan sebagai penilaian tentang dirinya sendiri. Apakah bertentangan dengan “Siapakah dirinya” pengharapan bagi individu Seharusnya saya menjadi apa yang menjadi standar bagi individu lain. Hasil penilaian tersebut disebut dengan harga diri semakin tidak sesuai dengan antara pengharapan dengan standar diri maka akan semakin rendah harga diri seseorang. Indikator penilaian meliputi, harga diri.

¹¹²M. Nur Ghuffon Dan Rini Risnawati, *Teori-Teori Psikologi*, (Yogyakarta: R-Ruzz Media, 2010), h.17-18

b. Proses Perkembangan Konsep Diri

Menurut Chaplin sebagaimana dikutip oleh Alex Sobur sewaktu lahir anda tidak memiliki konsep diri tidak memiliki pengalaman tentang diri sendiri, dan tidak memiliki penghargaan bagi diri anda sendiri serta tidak memiliki penilaian terhadap diri sendiri titik lebih jauh anda tidak sadar bahwa anda adalah bagian yang terpisahkan dari lingkungan Anda.

113

Pada dasarnya pengembangan konsep diri merupakan proses yang relatif pasif, pokok pada pokoknya, Anda berperilaku dengan cara tertentu dan mengamati reaksi orang lain terhadap perilaku Anda. Hal ini perlu proses pemikiran, bahkan seringkali terjadi melalui berbagai kesempatan. Adapun ciri-ciri konsep diri positif dan negative sebagai berikut:¹¹⁴

- 1) Ciri-ciri konsep diri positif
 - a) Yakin akan kemampuan dalam mengatasi masalah
Orang ini mempunyai rasa percaya diri sehingga merasa mampu dan yakin untuk mengatasi masalah yang dihadapi, tidak lari dari masalah, dan percaya bahwa setiap masalah pasti ada jalan keluarnya.
 - b) Merasa setara dengan orang lain
Ia selalu merendah diri, tidak sombong mencela atau meremehkan siapapun, selalu menghargai orang lain.
 - c) Menerima pujian tanpa rasa malu
Ia menerima pujian tanpa rasa malu tanpa menghilangkan rasa merendah diri, jadi meskipun ia menerima pujian ia tidak membanggakan dirinya apalagi meremehkan orang lain.
 - d) Menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan dan keinginan serta perilaku yang tidak seharusnya disetujui oleh masyarakat.
Ia peka terhadap perasaan orang lain sehingga akan menghargai perasaan orang lain meskipun kadang tidak disetujui oleh masyarakat.

¹¹³Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Jakarta:Pusaka Setia, 2003(, h. 513.

¹¹⁴Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung:PT Remaja Rosdakarya,

- e) Mampu memperbaiki karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian tidak disenangi dan berusaha mengubahnya.
Ia mampu untuk mengintropeksi dirinya sendiri sebelum mengintropeksi diri orang lain, dan mampu untuk mengubahnya menjadi lebih baik agar diterima di lingkungannya.
- 2) Ciri-ciri konsep diri negative
- a) Peka terhadap kritik
Orang ini sangat tidak tahan kritik yang diterimanya dan mudah marah atau naik pitam, hal ini berarti dilihat dari faktor yang mempengaruhi dari individu tersebut belum dapat mengendalikan emosinya, sehingga kritikan dianggap sebagai hal yang salah.
- b) Responsif sekali terhadap pujian
Walaupun mungkin ia berpura-pura menghindari pujian, ia tidak bisa menghilangkan antusiasmenya pada waktu menerima pujian.
- c) Cenderung bersikap hiperkritis
Ia selalu mengeluh, mencela atau meremehkan apapun dan siapapun. Mereka tidak pandai dan tidak sanggup mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada kelebihan orang lain.
- d) Cenderung merasa tidak disenangi orang lain
Ia merasa tidak diperhatikan, karena itu ia beraksi pada orang lain sebagai musuh, sehingga tidak dapat melahirkan kehangatan dan keakraban persahabatan, berarti individu tersebut merasa rendah diri atau bahkan berperilaku yang tidak disenangi.
- e) Bersikap pesimis terhadap kompetisi
Hal ini terungkap dalam keengganannya untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi. Ia akan menganggap tidak akan berdaya melawan persaingan yang merugikan dirinya.
- Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa konsep diri adalah cara pandang atau penilaian individu terhadap diri sendiri, baik yang bersifat fisik, sosial maupun psikologis, yang didapat dari hasil interaksi dengan orang lain serta pengalaman-pengalaman yang dilalui selama hidupnya.

c. Konsep Diri Dalam Pandangan Islam

Konsep diri adalah cara pandang seseorang terhadap dirinya, juga nilai-nilai yang dianutnya, visi, misi, cita-cita, sifat (kekuatan dan kelemahan), merupakan bagian dari konsep diri. Bahkan salah satu ekspresi yang kuat dari bertakwa adalah merencanakan pengembangan diri kita. Al-Qur'an telah mendorong kepada manusia untuk memperhatikan dirinya sendiri. Konsep diri dalam pandangan Islam, sesuai dengan firman Allah SWT: Al-Baqarah ayat : 208

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman masuklah kamu kedalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya. Syaitan itu musuh yang nyata bagimu. (QS. Al-Baqarah :208)*¹¹⁵

Hal ini menunjukkan bahwa kita dibiasakan untuk memperbaiki diri. Perbaikan diri tersebut bisa memunculkan konsep diri yang positif. Sikap dan pandangan individu terhadap seluruh keadaan dirinya merupakan pengertian konsep diri. Pegawai yang memiliki konsep diri positif akan mampu menghadapi tuntutan dari dalam maupun dari luar dirinya. Sebaliknya, pegawai yang memiliki konsep diri negative kurang mempunyai keyakinan diri, merasa kurang yakin akan kepuasannya sendiri dan cenderung mengandalkan opini dari orang lain dalam memutuskan sesuatu. Konsep diri ini berperan dalam menentukan keberhasilan dan kegagalan pegawai dalam berprestasi serta sangat mempengaruhi keperibadiannya. Setiap orang yang bertingkah laku sesuai dengan konsep diri masing-masing, ini disebut nubuwat yang dipenuhi oleh diri sendiri (*self-fulfilling prophecy*).¹¹⁶

¹¹⁵Kementerian Agama Republik Indonesia

¹¹⁶Mahmud, F On-Lline: <http://fikrimahmud.tripod.com/artikel/html>. Di akses 2 agustus

Islam mempertegas konsep diri yang positif bagi manusia. Manusia adalah makhluk termulia dari semua ciptaan Tuhan. Karena itu, manusia diberi amanah untuk memepin dunia ini. Walaupun demikian, manusia dapat juga jatuh kederajat yang paling rendah, kecuali orang-orang yang beriman dan beramal sholeh. Keimanan akan membimbing kita untuk membentuk konsep diri yang positif, dan konsep diri yang positif akan melahirkan perilaku yang positif pula. Keuntungan terbesar bagi seseorang yang memiliki kemampuan dan kompetensi untuk mengemban tanggung jawab kekhalifahan Allah di muka bumi. Tidak diragukan lagi bahwa kompetensi tersebut hanya dapat dicapai oleh karena itu Barangsiapa yang berusaha sekuat tenaga untuk mencapai puncak kesempurnaan yang agung, dan menjadi layak atas posisi tertinggi kekhalifahan Allah.¹¹⁷

Hubungan Manusia dengan Orang Lain Setiap individu secara alami cenderung untuk menjalin hubungan dengan orang lain di mana cinta, kebajikan, kerja sama, dan keadilan berlaku, orang-orang beriman harus memiliki hubungan mereka sendiri dengan satu sama lain dengan kualitas yang lebih mendalam daripada perumpamaan persaudaraan dan kasih sayang oleh karena itu, Islam mendesak untuk meninggalkan kebiasaan tercela. Dan agar menyerukan kesabaran dan kesabaran dalam hal banyak hal, banyak berdebat merupakan yang tindakan tercela yang dihasilkan dari penyimpangan seseorang dari sifat aslinya, karena apa yang dibangun individu didasarkan pada yang baik, dan tidak ada ruang untuk berdebat. Al-Qur'an yang mulia memperingatkan terhadap penyimpangan moral ini, dan memperingatkan manusia agar tidak melakukannya.¹¹⁸

¹¹⁷Dr. Ali Naqi Faqih, *Kajian Mengenal Diri Dalam Al-Quran*, 2015

¹¹⁸Dr. Ali Naqi Faqih, *Kajian Mengenal Diri Dalam Al-Quran*, 2015

B. Penelitian Relevan

untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan relevan dengan penelitian ini, yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Relevan

NO	PENELITI	JUDUL	PERBEDAAN PERSAMAAN
1	Delyana Rahmawany Pulungan, Hastina Febrianty, 2018, Jurnal Riset Sains Manajemen Vol 2, No 3.	Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Adapun perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini adalah: <ul style="list-style-type: none"> - Perbedaan Di dalam penelitian penulis menggunakan variable lingkungan sosial, budaya dan konsep diri sedangkan di penelitian Delyana tidak menggunakan variable tersebut. - Persamaan Sama-sama menggunakan variable gaya hidup perilaku konsumtif. Hasil penelitian sebagai berikut: <ul style="list-style-type: none"> - Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa. - Gaya hidup Memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Universitas Riau
2	Dias Kanserina, 2015, Jurnal Online, Vol.5 Nomor 1	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha	Adapun perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini adalah : <ul style="list-style-type: none"> - Perbedaan Penelitian ini menggunakan variable literasi ekonomi sedangkan penelitian penulis menggunakan variable lingkungan sosial, budaya, religiusitas dan konsep diri. - Persamaan Penelitian ini dan penelitian penulis sama-sama menggunakan variable gaya hidup dan perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: <ol style="list-style-type: none"> 1) Literasi ekonomi berpengaruh negative terhadap perilaku

			<p>konsumtif</p> <ol style="list-style-type: none"> 2) Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif 3) Literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi undiksha.
3	<p>Sjeddie Rianne Watung, Allen A Ch. Monongko, Dkk. 2018. Jurna IJSRM Volume 06 Issue 04 April 2018</p>	<p><i>The Influence Of Financial Literacy, Social Environment Factors And Cultural Factors To Consumption Behavior (Surveyon Faculty Of Economics Students, Manado State University-Indonesia)</i></p>	<p>Adapun perbedaan dan persamaan adalah:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perbedaan Penelitian ini tidak menggunakan variable gaya hidup dan religiusitas . - Persamaan Adanya kesamaan sama-sama menggunakan variable lingkungan sosial dan budaya. <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif 2) Faktor lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa 3) Faktor budaya berpengaruh signifikansi terhadap perilaku konsumtif 4) Literasi keuangan, faktor lingkungan sosial dan faktor budaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, faktor lingkungan sosial dan faktor budaya secara simultan dan parsial mempengaruhi konsumtif siswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Manado.
4	<p>Sutriati, Sri Kartokowati, RM Riadi, Jurnal Jom Fkip, Volume 5 Edisi 1 Januari-Juni 2018</p>	<p>Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan.</p>	<p>Adapun perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini adalah:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perbedaan Di penelitian saudara Sutriati tidak menggunakan variable lingkungan sosial, religiusitas dan konsep diri. - Persamaan Adapun kesamaan dalam penelitian ini sama-sama mempunyai variable

			<p>gaya hidup dan perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif 2) Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif 3) Pendapatan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ilmu pengetahuan sosial angkatan 2015 universitas ria.
5	Auliya Diah Safitri	Pengaruh Religiusitas Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Hedonism.	<p>Adapun perbedaan persamaan dalam penelitian ini adalah:</p> <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dalam penelitian ini ditemukan menggunakan konformitas teman sebaya sebagai variabel sedangkan dalam penelitian penulis tidak menggunakan variabel tersebut. - Menggunakan metode penelitian regresi linear berganda sedangkan penulis tidak. <p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sama-sama menggunakan variabel gaya hidup <p>Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pengaruh dan religiusitas terhadap gaya hidup hedonisme di SMA Negeri 1 Samarinda. - Terdapat pengaruh antara konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme di SMA Negeri 1 Samarinda.
6	Ardilla Safitri, Risa Rachmatan	Religiusitas Dengan Gaya Hidup Hedonism Sebuah Gambaran Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala.	<p>Adapun perbedaan persamaannya sebagai berikut:</p> <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sedangkan penulis tidak, dan hanya menggunakan satu variabel saja. Sedangkan penulis menggunakan

			<p>banyak variabel.</p> <p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sama dalam menggunakan variabel gaya hidup <p>Adapun hasil menunjukkan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat hubungan negative antara religiusitas dan gaya hidup.
7	Irfan Madjuk, Imran Ukkas, Muh. Ikbal	Analisis Perilaku Konsumtif Pegawai Negeri Sipil Pada Gabungan Dinas Kabupaten Luwu Utara	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hanya memenuhi kebutuhan 55% - Harga diri (<i>prestise</i>) berniali 48% - Fungsi simbolik 43% <p>Berdasarkan nilai-nilai di atas yang tertinggi adalah yang menunjukkan perilaku konsumtif pegawai negeri sipil perempuan gabungan dinas kabupaten luwu utara yang paling dominan.</p>
8	Irma Riana	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Literasi keuangan berpengaruh positif dan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. - Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif - Lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
9	Ayentia Briliandita, Flora Grace Putrianti	Hubungan Konsep Diri Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonism Pada Mahasiswi Psikologi UST Yogyakarta.	<p>Adapun perbedaan dalam penelitian:</p> <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak banyak dalam menggunakan variabel dan hanya menggunakan variabel konsep diri saja, sedangkan dalam penelitian penulis banyak dalam menggunakan variabel lainnya. <p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sama dalam menggunakan variabel konsep diri. <p>Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ada hubungan negative konsep diri dengan gaya hidup.
10	Asmaul Husna,	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya	Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah;

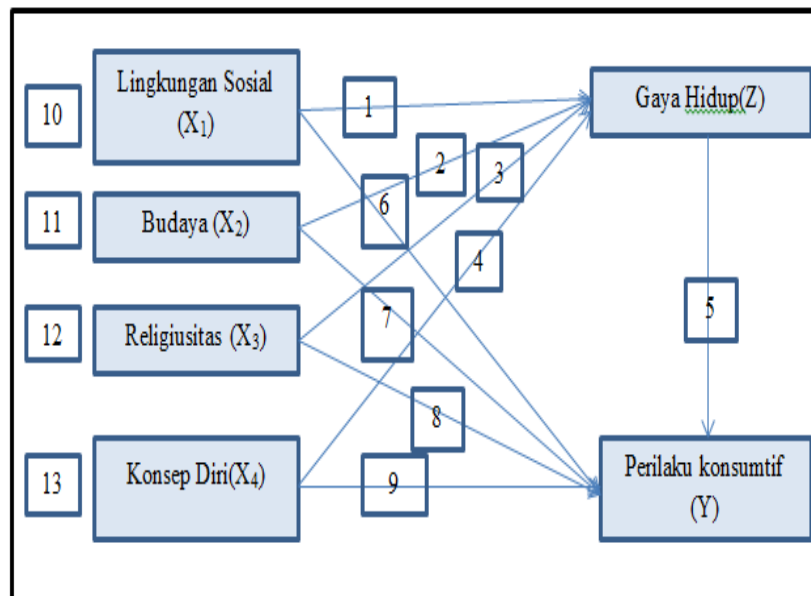
	Zakaria, Nana Suraiya	Hidup Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Syiah Kuala Banda Aceh	<p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Banyak dalam menggunakan variabel, secara terinci - Menggunakan jenis penelitian metode regresi linear berganda sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan jalur analisis. <p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sama dalam menggunakan variabel konsep diri. <p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faktor yang mempengaruhi gaya hidup yaitu konsep diri, sikap, pengalaman, dan motif. Yang paling dominan terdiri dari 3,18 yang menghasilkan jawaban setuju.
11.	Abdul Ghoni, Tri Bodroastuti	Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Griya Utama Banjardowo Semarang)	<p>Perbedaan</p> <p>adanya perbedaan dalam menggunakan variabel X</p> <p>persamaan</p> <p>adanya kesamaan dalam menggunakan variabel budaya</p> <p>berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen - Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen - Faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen - Faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen - Secara simultan signifikan
12	Subagio	Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Fakultas Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan Mataram	<p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dalam penelitian penulis terdapat banyak variabel sedangkan penelitian ini tidak. <p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya kesamaan dalam menggunakan variabel lingkungan sosial

			hasil penelitian menunjukkan bahwa: - Berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
13	Jessica Gumulya, Mariyana Widiastuti	Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul	Perbedaan - Dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel Persamaan - Adanya kesamaan dalam menggunakan variabel konsep diri Hasil penelitian menunjukkan bahwa: - Ada pengaruh antara konsep diri dengan perilaku konsumtif
14	Ika Wijayanti Angraeni	Pengaruh Lingkungan Sosial, Intensitas Pendidikan Ekonomi Keluarga, Dan Modernitas Individu Terhadap Sikap Berekonomi Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening.	Perbedaan - Penulis tidak menggunakan variabel intensitas ekonomi keluarga dan modernitas individu Persamaan - Adanya kesamaan dalam menggunakan variabel lingkungan sosial dan gaya hidup sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa: - Lingkungan sosial berpengaruh dengan gaya hidup - Intensitas ekonomi keluarga berpengaruh terhadap gaya hidup. - Modernitas individu tidak berpengaruh terhadap gaya hidup

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan permasalahan penelitian yang telah penulis kemukakan, maka penulis ingin mengembangkan kerangka pemikiran yang akan di uji secara parsial dan simultan. Kerangka pemikiran dari masalah dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui gambar 2.I:



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang mungkin benar yang mungkin salah dari penelitian yang harus di uji kebenarannya secara *empiris*.¹¹⁹ Berdasarkan identifikasi masalah, rumusan masalah, dan landasan teori serta dukungan penelitian terdahulu yang telah diteliti maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1

H_a : Lingkungan Sosial Berpengaruh Terhadap gaya hidup.

H_0 : Lingkungan Sosial Tidak Berpengaruh Terhadap gaya hidup.

Hipotesis 2

H_a : Budaya Berpengaruh Terhadap gaya hidup.

H_0 : Budaya Tidak Berpengaruh Terhadap gaya hidup.

¹¹⁹ Syofian Siregar, *Statistic Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:Pt. Bumi Aksara,2013), h.65.

Hipotesis 3

H_a : Religiusitas Berpengaruh Terhadap gaya hidup.

H_0 : Religiusitas Tidak Berpengaruh Terhadap gaya hidup.

Hipotesis 4

H_a : Konsep Diri Berpengaruh Terhadap gaya hidup.

H_0 : Konsep Diri Tidak Berpengaruh Terhadap gaya hidup.

Hipotesis 5

H_a : Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif

H_0 : Gaya Hidup Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif

Hipotesisi 6

H_a :Lingkungan Sosial Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif

H_0 : Lingkungan Sosial Tidak Berpengaruh Perilaku Konsumtif

Hipotesis 7

H_a : Budaya Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif

H_0 : Budaya Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif

Hipotesis 8

H_a : Religiusitas Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif

H_0 : Religiusitas Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif

Hipotesis 9

H_a : Konsep Diri Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif

H_0 : Konsep Diri Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif

Hipotesis 10

H_a : Lingkungan Sosial Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup.

H_0 : Lingkungan Sosial Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup.

Hipotesis 11

H_a : Budaya Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup.

H_0 : Budaya Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup.

Hipotesis 12

H_a : Religiusitas Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup.

H_0 : Religiusitas Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup.

Hipotesis 13

H_a : Konsep Diri Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup.

H_0 : Konsep Diri Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian dalam Tesis ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga desain penelitiannya.¹²⁰

Menurut Sugiyono metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, di buktikan melalui kuesioner/angket yang diberikan kepada responden atau sampel dari beberapa populasi yang dipilih melalui random. Hasil penelitian dari metode kuantitatif secara umum akan berupa data-data/angka-angka. Pada metode ini analisis data akan dilakukan setelah semua data terkumpul.¹²¹

B. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Padang Lawas Pada Pegawai Wanita muslimah lama penelitian dilakukan desember 2020 s.d Juni 2021.

C. Populasi dan sampel penelitian

Menurut Sugiyono Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lainnya.

¹²⁰Syahrum Dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), h.40.

¹²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Alfabeta, 2010), h. 93.

Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.¹²²Populasi dalam penelitian ini adalah Pegawai Wanita Kabupaten Padang Lawas Sampel yang berjumlah 2201 orang.

Sampel Menurut Sugiono Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat mengambil sampel dari populasi itu.¹²³Penentuansampelyangmenggunakan rumus *Slovin*.¹²⁴

$$\begin{aligned} n &= N/N (d)^2+1 \\ &= 2201/2201 (0,01)^2 +1 \\ &= 96 \text{ dibuat menjadi } 100 \text{ responden untuk memudahkan peneliti.} \end{aligned}$$

Keterangan :

- n : populasi
N : sampel
d : nilai presisi/ tingkat kesalahan

Teknik yang digunakan dalam penelitian adalah *purposive sampling* yang sesuai dengan kategori/kriteria sampel penelitian ini sebanyak 100 orang.

D. Sumber data

Sumber data penelitian bersumber dari data primer dan skunder. Data perimer penelitian ini diperoleh dari respon/ jawaban dari pernyataan- pernyataan kuesioner yang sesuai dengan kondisi/ situasi/ perasaan yang dialami langsung oleh responden. Selanjutnya data sekunder sebagai data pendukung penelitian ini bersumber dari berbagai literature seperti jurnal- jurnal, buku-buku yang relevan yang mendukung fakta penelitian.

¹²²*Ibid*, h. 155.

¹²³*Ibid*, h. 116.

¹²⁴Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, Cet – 4, 2014), h. 101.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan suatu cara yang sistematis dan objektif untuk memperoleh atau mengumpulkan keterangan-keterangan yang bersifat lisan maupun tulisan. Metode penelitian ini menggunakan metode lapangan (*field research*) yakni dengan mengambil sampel dari populasi dengan menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui, *google form*, yaitu dengan membagikan Link kuesioner kepada Pegawai Wanita Kabupaten Padang Lawas melalui *Whats App* baik personal *chat* maupun grup *Whats App*. Kuesioner ini menggunakan skala likert dengan rentang skor sebagaimana pada tabel 3.1.

Tabel 3.1
Pengukuran Skala Likert

No	Penilaian	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat TidakSetuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono¹²⁵

Untuk item penilaian dari pernyataan yang diajukan diberi skor satu sampai dengan lima dengan ketentuan sangat setuju mendapatkan skor tertinggi yaitu lima hingga sangat tidak setuju mendapatkan skor terendah yaitu satu.

F. Defenisi operasional

1. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang muncul karena dipengaruhi oleh beberapa faktor sosiologis yang ada dalam hidupnya, perilaku ini ditunjukkan dengan mengonsumsi barang dan jasa yang diperlukan dengan

¹²⁵ Sugiyono, *Metode Penellitian Bisnis, Kuantitatif Dan R&D*, (Bandung Alfabeta, 2015), h .20-25.

cara tidak terencana dan berlebihan.¹²⁶ perilaku konsumtif menurut Lina adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.¹²⁷

2. Gaya hidup

Gaya didefinisikan sebagai bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana orang tersebut menggunakan uangnya, dan bagaimana ia mengalokasikan waktunya, dan sebagainya.¹²⁸ Orang yang berasal dari subbudaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya yang sama yang cukup berbeda dari orang lain.¹²⁹

3. Lingkungan sosial

Lingkungan sosial dapat didefinisikan sebagai interaksi sosial yang terjadi di masyarakat baik secara langsung, misalnya dengan diskusi dengan teman, maupaun dengan *vicarious*, yaitu pengamatan individu mengenai apa yang sedang dilakukan atau dikenakan oleh orang lain.¹³⁰

4. Budaya

Budaya adalah seperangkat perilaku yang secara sosial dialirkan secara simbolis melalui bahasa dan cara-cara lain pada anggota lain masyarakat tertentu.¹³¹

5. Religiusitas

Religiusitas adalah suatu kewajiban-kewajiban atau aturan-aturan yang harus dilaksanakan. Yang kesemuanya itu berfungsi untuk mengikat dan mengutuhkan diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan tuhan atau sesama manusia, serta alam sekitar.

¹²⁶ Dewi Aprilia Dan Hartoyo, *Analisis Sosiologis Perilaku Onsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung*, Vol. 15 No. 1 (2013), h. 73.

¹²⁷ Lina, Dkk, *Perilaku Konsumtif*, h. 177.

¹²⁸ Risriyanti Prasetijo Dan Jhon J.O.I Lhalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), h. 56.

¹²⁹ *Ibid*, h.170.

¹³⁰ Jhon. C. mowen dan Michael minor, *perilaku konsumen*, (Jakarta:erlangga, 2002), h.144.

¹³¹ Kussnugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Prenada Media, 2003), h. 261.

6. Konsep Diri

Konsep Diri merupakan persepsi individu terhadap dirinya, dalam hal ini bersifat fisik, psikologis dan sosial sebagai pengalaman interaksinya dengan orang lain.¹³²

Tabel 3. 2
Variable, Indikator, Item

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Item
1	Perilaku konsumtif (Y)	Pemenuhan kebutuhan	Kepuasan	1
			berlebihan	2
		Barang diluar jangkauan	kegunaan	3
			pemborosan	4
			Pertimbangan status	5
2	Gaya Hidup (Z)	Aktivitas	Pekerjaan	6
			hoby	7
		interets	Perkumpulan sosial	8
			Pakaian	9
			produk	10
3	Lingkungan sosial (X ₁)	Lingkungan referensi	Kelompok acuan	11
			keluarga	Rasa ambisi
		motivasi		13
		Peran dan staus	Status sosial	14
			Gaya hidup	15
4	Budaya (X ₂)	Peran budaya	Persepsi	16
			Perilaku	17
		Sub budaya	Agama	18
		Kelas sosial pembeli	Kepercayaan	19
			sikap	20
5	Religiusitas (X ₃)	keyakinan	Tingkat kepercayaan	21
		Pengalaman	praktik	22
		penghayatan	Tingkah laku	23
		pengetahuan	Tingkat pengetahuan	24
		konsekuensi	Perbuatan	25

¹³²Jalaluddin Rahmad, *Psikologi Komuikasi*, (Bandung:Remaya Rosdakarya, 1998), h.99.

			baik	
6	Konsep diri (X ₄)	pengetahuan	Identitas	26
			Label	27
		harapan	Pengakuan	28
			Harapan	29
		Penilaian diri	Harga diri	30

G. Teknik Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis statistik. banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, maka peneliti menggunakan metode analisis data menggunakan analisis jalur sehingga menghasilkan hasil penelitian yang lebih kompleks dan terstruktur. Adapun tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam menganalisis penelitian yakni sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Metode analisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah berkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden terhadap item-item pernyataan pada kuesioner tahapan pada analisis ini meliputi:

a. Karakteristik responden

Karakteristik responden bertujuan menguraikan identitas responden berdasarkan agama, lama bekerja, dan usia.

b. Deskripsi variable

Deskripsi variable bertujuan untuk mengetahui jawaban yang paling banyak dipilih responden dari skor skala likert pada setiap pernyataan.

2. Uji Kualitas Instrument Data

Uji kualitas instrument dilakukan untuk menilai kelayakan dan kecukupan data yang digunakan melalui pengujian validitas dan reabilitas instrument. Suatu penelitian tidak layak dilanjutkan apabila tidak melewati dan memenuhi syarat validitas dan reabilitas data yang sudah ditetapkan karena hal ini sangat mempengaruhi kualitas data penelitian.

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan valid atau tidak validnya suatu pernyataan pada indikator penelitian.¹³³ Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan/pernyataan pada indikator di dalam kuesioner mampu melewati batas r table yang telah ditetapkan yaitu $df=n-2$. Apabila r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka butir pertanyaan/pernyataan dari indikator tersebut dinyatakan valid. Selain itu cara menghitung nilai korelasi antara skor butir pernyataan dengan nilai total dari pernyataan tersebut. Apabila signifikansi (sig) hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya akan dikatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Hasil uji reabilitas akan mencerminkan suatu instrument penelitian dapat dipercaya atau tidaknya dipercaya (akurat) berdasarkan tingkat ketepatan dan kemapanan suatu alat ukur.¹³⁴ Instrument suatu variable dikatakan realibel jika *Cronbach alpha* sekurang-kurangnya 0,06. Semakin tinggi nilai *cronbach alpha* menghasilkan R lebih tinggi dari 0,60 maka instrument penelitian semakin realibel artinya semakin besar tingkat kepercayaan alat pengumpulan data tersebut. Jika pengujian dilakukan dengan metode *cronbach alpha* maka r hitung akan diwakili oleh nilai α pada table berikut ini:

Tabel 3.3
Uji Reabilitas

Nilai R	Tingkat Reabilitas
0,0-0,20	Kurang reliable
0,20-0,40	Agak reliable
0,40-0,60	Cukup reliable
0,60-0,80	Reliable
0,80-1,00	Sangat reliable

¹³³ Imama Ghozali, *Analisis Multivariate Program Ibmsspss 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro,2013), h. 85.

¹³⁴ Jogiyanti, *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman* (Yogyakarta: Bpfe-Yogyakarta,2007)

3. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik dilakukan terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian asumsi residual yang berdistribusi normal. Asumsi ini harus terpenuhi untuk model regresi linier yang baik. Uji normalitas dilakukan pada nilai residual model. Asumsi normalitas dapat diperiksa dengan pemeriksaan *output* normal plot. Asumsi normalitas menggunakan p-plot, grafik histogram dan *one sample kolmogorov-smirnov*. Adapun kriteria normalitas data ialah sebagai berikut:

- 1) Apabila menggunakan p-plot, jika gambar didistribusikan dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal maka data terdistribusi dengan normal. Apabila data menyebar jauh atau tidak mengikuti garis diagonal maka data tidak terdistribusikan dengan normal.
- 2) Apabila menggunakan grafik histogram, jika garis pada grafik membentuk lonceng maka data terdistribusikan dengan normal. Apabila garis pada grafik tidak membentuk lonceng maka data tidak terdistribusikan dengan normal.
- 3) Apabila menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov*, jika dari hasil uji *spss table one sample kolmogorov-smirnov* menunjukkan *Asimp, Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusikan dengan normal. Apabila *Asimpp, Sig (2-tailed)* lebih kecil dari 0.05 maka data tidak terdistribusikan dengan normal.

b. Uji multikolinearitas data

Uji multikolinearitas data bertujuan menemukan ada atau tidak korelasi antar variable bebas (*variable independen*). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model

regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari ada atau tidaknya pola tertentu (bergelombang, melebar, maupun menyempit) pada grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.¹³⁵

4. Uji Hipotesis

Tahapan-tahapan untuk menguji hipotesis penelitian ini ialah:

1) Merumuskan hipotesis dan permasalahan Model I

$$Y_1 = \beta X_1 Y_1 + \beta X_2 Y_1 + \beta X_3 Y_1 + \beta X_4 Y_1 + \varepsilon_1$$

Menghitung koefisien jalur (simultan) model I

Hipotesis statistik yang dirumuskan sebagai berikut:

a) $H_0 : \beta X_1 = \beta X_2 = \beta X_3 = \beta X_4 = 0$

b) $H_a : \beta X_1 = \beta X_2 = \beta X_3 = \beta X_4 \neq 0$

Kaidah pengujian signifikansi:

a) Jika nilai probabilitas $0,50 \leq \text{sig}$ atau $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak signifikan

b) Jika nilai probabilitas $0,50 \geq \text{sig}$ atau $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya signifikan

2) Merumuskan hipotesis dan permasalahan structural Model II

$$Y_2 = \beta X_1 Y_2 + \beta X_2 Y_2 + \beta X_3 Y_2 + \beta X_4 Y_2 + \beta Y_1 Y_2 + \varepsilon_1$$

Menghitung koefisien jalur (simultan) Model II

Hipotesis statistik yang dirumuskan sebagai berikut:

a) $H_0 : \beta X_1 = \beta X_2 = \beta X_3 = \beta X_4 = \beta Y_1 = 0$

b) $H_a : \beta X_1 = \beta X_2 = \beta X_3 = \beta X_4 = \beta Y_1 \neq 0$

Kaidah pengujian signifikansi:

¹³⁵ Gozhali H.I, *Aplikasi Analisis Multivariade Dengan Program Spss*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), Cetakan Iv, h. 70.

- a) Jika nilai probabilitas $0,50 \leq \text{sig}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak signifikan
- b) Jika nilai probabilitas $0,50 \geq \text{sig}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya signifikan.

3) Uji signifikansi pengaruh tidak langsung

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *indirect effect* maka harus dilihat dari pengaruh langsung dan tidak langsungnya dengan ketentuan:

- a) Apabila pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung maka dapat disimpulkan bahwa hubungan yang sebenarnya adalah langsung.
- b) Apabila pengaruh langsung lebih kecil dari pada pengaruh tidak langsung maka dapat disimpulkan bahwa hubungan yang sebenarnya adalah tidak langsung.

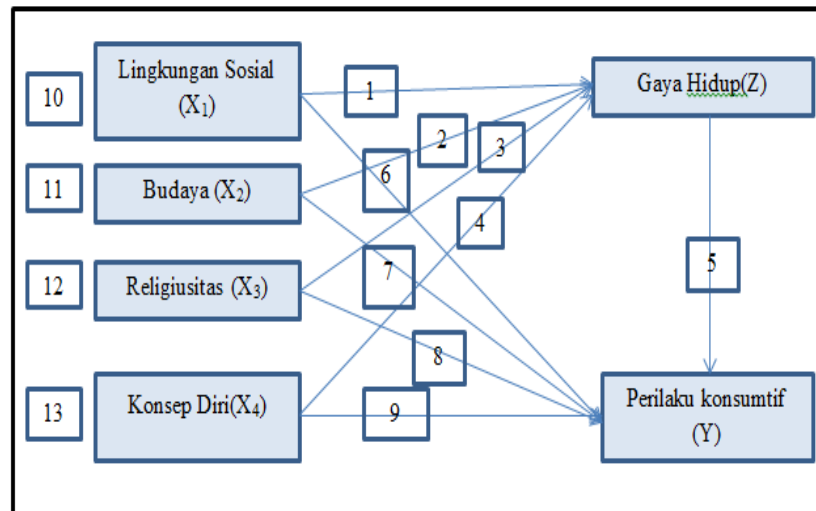
5. Analisis Jalur

Analisis jalur adalah suatu teknik pengembangan dari regresi linear berganda. Analisis jalur berbeda dengan analisis regresi, dimana dalam analisis jalur memungkinkan pengujian dengan variabel mediating/intervening. Model ini untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen).

a. Diagram Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan suatu metode penelitian yang utamanya digunakan untuk menguji kekuatan dari hubungan langsung dan tidak langsung diantara variabel. Pertimbangan menggunakan analisis ini karena antara satu variabel dengan variabel lainnya mempunyai hubungan. Sebuah diagram jalur, tanda panah variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y), jadi secara sistematis analisis jalur mengikuti pola model structural, sehingga langkah awal untuk mengerjakan atau penerapan model analisis jalur yaitu dengan

merumuskan persamaan structural dan diagram jalur. Adapun model analisis jalur penelitian ini ialah sebagai berikut:



Gambar 3.1

Diagram Analisis Jalur

Persamaan analisis jalur dalam penelitian ini adalah $Y_1 = p(X_1, X_2, X_3, X_4)$ dan $Y_2 = p(X_1, X_2, X_3, X_4, Y_1)$. Persamaan structural I menjelaskan hubungan kausal yaitu variabel eksogen X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap variabel endogen Y_1 dan Y_2 . Sementara persamaan structural II menjelaskan hubungan kausal yaitu variabel X_1, X_2, X_3, X_4, Y_1 terhadap variabel endogen Y_2 . Lebih rincinya, maka persamaan structural untuk diagram jalur ialah:

$$Y_1 = \beta_{x_1y_1} + \beta_{x_2y_1} + \beta_{x_3y_1} + \beta_{x_4y_1} + \epsilon_1$$

$$Y_2 = \beta_{x_1y_2} + \beta_{x_2y_2} + \beta_{x_3y_2} + \beta_{x_4y_2} + \beta_{y_1y_2} + \epsilon_2$$

Keterangan Diagram :

- Z = Gaya Hidup (GH)
- Y = Perilaku Konsumtif (PK)
- X₁ = Lingkungan Sosial (LS)
- X₂ = Budaya
- X₃ = Religiugitas
- X₄ = Konsep Diri (KD)

β	=Koefisien
ε	=Error
$\beta_{X_1Y_1}$	= Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Gaya hidup
$\beta_{X_2Y_1}$	= Pengaruh Budaya Terhadap Gaya hidup
$\beta_{X_3Y_1}$	= Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya hidup
$\beta_{X_4Y_1}$	= Pengaruh Konsep Diri Terhadap Gaya hidup
$\beta_{Y_1Y_2}$	= Pengaruh Gaya hidup Terhadap Perilaku Konsumtif.
$\beta_{X_1Y_2}$	= Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif
$\beta_{X_2Y_2}$	= Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif
$\beta_{X_3Y_2}$	= Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif
$\beta_{X_4Y_2}$	= Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Padang Lawas

1. Sejarah Kabupaten Padang Lawas.

Wilayah Padang Lawas secara astronomis terletak antara $1^{\circ}26' - 2^{\circ}11'$ lintang utara $91^{\circ}01' - 95^{\circ}53'$. Sedangkan geografis Padang Lawas terletak di bagian tenggara Provinsi Sumatera Utara. Padang Lawas merupakan salah satu dari 33 Kabupaten/Kota Yang ada di Provinsi Sumatera Utara. Kabupaten ini terbentuk pada tahun 2008 yang merupakan hasil dari pemekaran Kabupaten Tapanuli Selatan. Di awal pembentukan Padang Lawas terdiri dari Sembilan kecamatan. Kemudian pada perkembangannya di tahun 2011 terjadi dua pembentukan Kecamatan (Kecamatan Barumon Selatan Dan Kecamatan Aek Nabara Barumon), Kelurahan Pasar Sibuhuan merupakan satu-satunya kelurahan yang terdapat di wilayah ini. Kelurahan pasar sibuhuan terletak di Kecamatan Barumon yang merupakan pusat pemerintahan Kabupaten Padang Lawas.

Adapun pegawai yang bertugas di lingkungan pemerintahan kabupaten Padang Lawas. Menurut A.W.Widjaja mengatakan bahwa” pegawai adalah orang-orang yang dikerjakan dalam suatu badan tertentu, baik di lembaga-lembaga pemerintah maupun dalam badan-badan usaha.¹³⁶ Selanjutnya, dilakukan bahwa pegawai merupakan modal pokok dalam suatu organisasi karena berhasil tidaknya suatu organisasi dalam mencapai tujuannya tergantung pada pegawai yang memimpin dalam melaksanakan tugas-tugas yang ada dalam organisasi tersebut. Pegawai yang telah memberikan tenaga maupun pikirannya dalam melaksanakan tugas maupun pekerjaan, baik itu organisasi pemerintahan maupun organisasi swasta akan mendapat imbalan sebagai balas jasa atas pekerjaan yang telah dilakukan.

Hal ini sesuai dengan pendapat Musanef yang mengatakan bahwa, “pegawai adalah orang-orang yang melakukan pekerjaan dengan mendapatkan imbalan jasa berupa gaji tunjangan dari pemerintah atau badan

¹³⁶ A.W.Widjaja, *Adminitrasi Kepegawaian*, (Jakarta: Rajawali, 2006), h. 113.

swasta.¹³⁷ Musanef memberikan defenisi pegawai sebagai pekerja atau worker adalah mereka yang secara langsung digerakkan oleh manager untuk bertindak sebagai pelaksana yang akan menyelenggarakan pekerjaan sehinga menghasilkan karya-karya yang diharapkan dalam usah pencapaian tujuan organisasi yang telah ditetapkan.¹³⁸

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskripsi

a. Karakteristik Responden

Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Profil responden berdasarkan umur, gaji, dan pendidikan pegawai wanita Muslimah Kab. Padang Lawas.

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Data tentang umur responden pegawai wanita Muslimah Kab. Padang Lawas, yaitu:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

umur	Jumlah (orang)	persentase
21-30	28	28%
32-40	35	35%
41-50	30	30%
51-60	12	12%
Total	100	100%

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Berdasarkan tabel di atas, terlihatlah bahwa responden umurnya 21-31 tahun sebanyak 28 orang (28%), berumur 31-40 tahun sebanyak 35 orang (35%), 41-50 tahun sebanyak 30 orang (30%) dan 50-60 tahun sebanyak 12 orang (12%).

¹³⁷ Musanef, *Manajemen Kepegawaian Di Indonesia*, (Jakarta: Gunung Agung, 1984)

¹³⁸ Ibid, h.4.

2) Karakteristik Berdasarkan Gaji

Data mengenai gaji responden pegawai wanita muslimah kab. Padang Lawas, yaitu:

Tabel 4.2
Karakteristik Berdasarkan Gaji

Gaji	Jumlah (orang)	Persentase
Rp. 2.000.000- Rp.3.000.000	35	35%
Rp. 3.100.000- R.p. 4.000.000	18	18%
Rp. 4.100.000- R.p. 5.000.000	13	13%
Rp. 5.100.000- R.p. 6.000.000	13	13%
Lainnya	21	21%
Total	100	100%

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Berdasarkan tabel di atas terlihatlah bahwa responden yang bergaji Rp. 2.000.000-Rp. 3.000.000 sebanyak 35 orang (35%), bergaji Rp. 3.100.000- Rp. 4.000.000 sebanyak 18 orang (18%), bergaji Rp. 4.100.000-Rp. 5.000.000 sebanyak 13 orang (13%), bergaji Rp.5.100.000- Rp. 6.000.000 sebanyak 13 orang (13%), dan bergaji lainnya sebanyak 21 orang (21%).

3) Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Data mengenai pendidikan responden Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas, yakni:

Tabel 4.3
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
D-III	21	21%
S-1	72	72%
S-2	7	7%
Total	100	100%

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Berdasarkan tabel di atas terlihatlah jumlah responden yang berpendidikan D-III sebanyak 21 (21%), berpendidikan S-1 sebanyak 72 orang (72%), dan S-2 sebanyak orang 7 (7%).

4) Karakteristik Berdasarkan Lama Bekerja

Data mengenai lama bekerja responden pegawai wanita muslimah kab. Padang Lawas, yakni:

Tabel 4.4
Karakteristik Berdasarkan Lama Bekerja

Lama bekerja	Jumlah (orang)	Persentase %
1-10 tahun	46	46%
11-20 tahun	33	33%
21-30 tahun	21	21%
31-40 tahun	10	10%
Total	100	100%

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Berdasarkan tabel di atas terlihatlah responden yang lama bekerja 1-10 tahun sebanyak 46 orang (46%), 11-20 tahun sebanyak 33 orang (33%), 21-30 tahun sebanyak 21 tahun (21%), dan 31-40 tahun sebanyak 1- orang (10%).

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian ini disajikan untuk menginformasikan rata-rata (*mean*), modus (*mode*), median, varians, simpangan baku, skor maksimum dan skor minimum, serta skor dari jawaban responden atas angket yang telah disebarkan dan terdiri dari variabel lingkungan sosial (X_1), budaya (X_2), religiusitas (X_3), dan konsep diri (X_4), gaya hidup (Z), serta perilaku konsumtif (Y).

Hasil tanggapan responden berjumlah 100 responden atas angket yang telah disebarkan akan ditampikan pada tabel frekuensi dengan skor untuk setiap dimensi. Setiap kuesioner skor maksimumnya 5 atau 100%, sedangkan untuk skor minimumnya 1 atau 20%. Skor yang berdekatan jaraknya satu per lima selisih nimali maksimum dengan nilai minimum atau dengan 16 dari nilai maksimum

100%. Dengan demikian, diperoleh interval persentase skor pada setiap kategori adalah:

Tabel 4.5
Klasifikasi Prentase Interval

No	Klasifikasi	
	Rentang skor	kategori
1	84-100	Sangat baik
2	68-83,99	Baik
3	52-67,99	Cukup baik
4	36-51,99	Kurang baik
5	20-35,99	Sangat kurang baik

Untuk menghitung parameter persentase setiap item, dilakukan rumus perhitungan sebagai berikut:

Skor aktual = (jumlah responden yang menjawab sangat setuju x 5) + (jumlah responden yang menjawab setuju x 4) + (jumlah reponden yang mnejawab kurang setuju x 3) + (jumlah responden yang menjawab tidak sethu x 2) + (jumlah responden yang sangat tidak setuju x 1)

Skor ideal = 5 x jumlah reponden (5 x 100 = 500)

% Skor Aktual = skor aktual/ skor ideal x 100%

Tingkat kepercayaan 100% = $\frac{\sum fxs (skor aktual)}{\sum skor ideal} \times 100\%$

a. Deskripsi Variabel Berdasarkan Lingkungan Sosial (X₁)

Ada 5 pernyataan yang menjadi indikator lingkungan sosial (X₁), pernyataan meliputi hasil tanggapan dari 100 responden terhadap 5 item pernyataan yang digunakan tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Untuk Variabel Lingkungan Sosial (X₁)

No	Alternatif jawaban					total	Skor aktual	Skor ideal	(% skor aktual	Kategori
	SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1					
1	23	47	13	13	4	100	374	500	74	Baik
2	14	48	11	20	7	100	342	500	68	Baik
3	20	59	13	4	4	100	387	500	77	Baik
4	13	66	11	10	1	100	383	500	76	Baik
5	11	65	15	5	3	100	375	500	74	Baik
\sum fxs (skor aktual)						1.859				
\sum skor ideal						2.500				
Tingkat kepercayaan (%)						74,36 (baik)				

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel diatas menjelaskan bahwa skor aktual dari 5 pernyataan yang diajukan sebesar 1.859 dan skor ideal yang diperoleh sebesar 2.500 Dari hasil perbandingan antara skor aktual dan skor ideal di atas diperoleh nilai (%) skor aktual sebesar 74,36. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat kecenderungan variabel lingkungan sosial (X₁) adalah baik, karena nilainya berada dalam kelas interval 68-83,99.

b. Deskripsi Variabel Berdasarkan Budaya (X₂)

Ada 5 pernyataan yang menjadi indikator budaya (X₂), pernyataan meliputi hasil tanggapan dari 100 responden terhadap 5 item pernyataan yang digunakan tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Untuk Variabel Budaya (X₂)

No	Alternatif Jawaban					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	(% Skor Aktual	Kategori
	SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1					
1	13	62	15	9	2	100	378	500	75	Baik
2	18	46	17	15	4	100	359	500	71	Baik
3	7	54	15	18	6	100	374	500	74	Baik
4	31	64	2	2	1	100	422	500	84	Sangat baik
5	7	82	10	0	1	100	394	500	78	Baik
\sum fxs (skor aktual)						1.927				
\sum skor ideal						2.500				
Tingkat kepercayaan (%)						77,08 (baik)				

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel diatas menjelaskan bahwa skor aktual dari 5 pernyataan yang diajukan sebesar 1.927 dan skor ideal yang diperoleh sebesar 2.500. Dari hasil perbandingan antara skor aktual dan skor ideal di atas diperoleh nilai (%) skor aktual sebesar 77,08. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat kecenderungan variabel budaya (X₂) adalah sangat baik, karena nilainya berada dalam kelas interval 68 – 83,99.

c. Deskripsi Variabel Berdasarkan Religiusitas (X₃)

Ada 5 pernyataan yang menjadi indikator religiusitas (X₃), pernyataan meliputi hasil tanggapan dari 100 responden terhadap 5 item pernyataan yang digunakan tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Untuk Variabel Religiusitas (X₃)

Alternatif jawaban						total	Skor aktual	Skor ideal	(% skor aktual)	kategori
No	SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1					
1	17	73	5	5	0	100	402	500	80	Baik
2	26	64	8	2	0	100	414	500	82	Baik
3	24	68	7	0	1	100	414	500	82	Baik
4	28	67	3	2	0	100	421	500	84	Sangat baik
5	37	53	6	2	2	100	421	500	84	Sangat baik
$\sum f_{xs}$ (skor aktual)						2.072				
\sum skor ideal						2.500				
Tingkat kepercayaan (%)						82,88 (baik)				

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel diatas menjelaskan bahwa skor aktual dari 5 pernyataan yang diajukan sebesar 2.072 dan skor ideal yang diperoleh sebesar 2.500. Dari hasil perbandingan antara skor aktual dan skor ideal di atas diperoleh nilai (%) skor aktual sebesar 82,88. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat kecenderungan variabel religiusitas (X₃) adalah sangat baik, karena nilainya berada dalam kelas interval 68 – 83,99.

d. Deskripsi Variabel Berdasarkan Konsep Diri (X₄)

Ada 5 pernyataan yang menjadi indikator konsep diri (X₄), pernyataan meliputi hasil tanggapan dari 100 responden terhadap 5 item pernyataan yang digunakan tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Untuk Variabel Konsep Diri (X₄)

No	Alternatif Jawaban					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	(% Skor Aktual	Kategori
	SS	S	KS	TS	STS					
	5	4	3	2	1					
1	50	48	1	1	0	100	447	500	89	Sangat baik
2	19	46	13	16	6	100	356	500	71	Sangat baik
3	14	54	21	5	1	100	360	500	72	Sangat baik
4	11	60	13	10	6	100	360	500	72	baik
5	11	72	13	4	0	100	390	500	78	Sangat baik
$\sum f_{xs}$ (skor aktual)						1.913				
\sum skor ideal						2.500				
Tingkat Kepercayaan (%)						76,52 (baik)				

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel diatas menjelaskan bahwa skor aktual dari 5 pernyataan yang diajukan sebesar 1.913 dan skor ideal yang diperoleh sebesar 2.500 Dari hasil perbandingan antara skor aktual dan skor ideal di atas diperoleh nilai (%) skor aktual sebesar 76,52. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat kecenderungan variabel konsep diri (X₄) adalah sangat baik, karena nilainya berada dalam kelas interval 68-83,99.

e. Deskripsi Variabel Berdasarkan Perilaku Konsumtif (Y)

Ada 5 pernyataan yang menjadi indikator perilaku konsumtif (Y), pernyataan meliputi hasil tanggapan dari 100 responden terhadap 5 item pernyataan yang digunakan tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Untuk Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No	Alternatif jawaban					total	Skor aktual	Skor ideal	(%) skor aktual	kategori
	SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1					
1	11	75	9	5	0	100	392	500	78	Baik
2	14	51	11	18	9	100	352	500	70	Baik
3	8	55	14	23	4	100	352	500	70	Baik
4	3	52	21	21	8	100	336	500	67	Cukup baik
5	10	50	19	25	0	100	349	500	71	Baik
$\sum f_{xs}$ (skor aktual)						1.789				
\sum skor ideal						2.500				
Tingkat kecenderungan (%)						71,50 (baik)				

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel diatas menjelaskan bahwa skor aktual dari 5 pernyataan yang diajukan sebesar 1.678 dan skor ideal yang diperoleh sebesar 2.500. Dari hasil perbandingan antara skor aktual dan skor ideal di atas diperoleh nilai (%) skor aktual sebesar 67,12. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat kecenderungan variabel perilaku konsumtif (Y) adalah baik, karena nilainya berada dalam kelas interval 68-83,99

f. Deskripsi Variabel Berdasarkan Gaya Hidup (Z)

Ada 5 pernyataan yang menjadi indikator gaya hidup (Z), pernyataan meliputi hasil tanggapan dari 100 responden terhadap 5 item pernyataan yang digunakan tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Untuk Variabel Gaya Hidup (Z)

No	Alternatif jawaban					total	Skor aktual	Skor ideal	(%) skor aktual	Kategori
	SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1					
1	11	67	16	6	0	100	383	500	76	Baik
2	22	75	6	5	0	100	438	500	87	Sangat baik
3	20	85	3	0	0	100	443	500	88	Sangat Baik
4	26	71	1	2	0	100	420	500	84	Sangat Baik

5	16	41	17	20	1	100	336	500	67	Cukup Baik
$\sum fxs$ (skor aktual)						2.020				
\sum skor ideal						2.500				
Tingkat kepercayaan (%)						80,8 (baik)				

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel diatas menjelaskan bahwa skor aktual dari 5 pernyataan yang diajukan sebesar 2.020 dan skor ideal yang diperoleh sebesar 2.500. Dari hasil perbandingan antara skor aktual dan skor ideal di atas diperoleh nilai (%) skor aktual sebesar 80,8. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat kecenderungan variabel gaya hidup (Z) adalah baik, karena nilainya berada dalam kelas interval 68-83,99.

2. Hasil Uji Coba Instrument

a. Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk melihat kelayakan ketepatan setiap kuesioner yang diberikan, sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Alat ukur uji validitas ini berupa nilai hasil korelasi antara skor angket dengan skor keseluruhan responden terhadap info kuesioner. Pernyataan yang valid dari hasil output pada program SPSS versi 20.0 terlihat dari nilai Item total statistik pada setiap output butir angket.

Pernyataan dapat dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} pada uji dua arah dengan taraf kepercayaan 95% atau 5% sinifikansi ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah respondennya (N). jumlah responden ($N = 100$), hitungan derajat kebebasannya adalah $N-2 = 100 - 2 = 98$. Nilai r_{tabel} dua arah dengan $df = 98$ serta $p = 0,05$ yaitu sebesar 0,1946.

1) Variabel Lingkungan Sosial (X_1)

Pengujian validitas pada variabel lingkungan sosial (X_1) pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Uji Validitas (Variabel Lingkungan Sosial)

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Lingkungan sosial	1	0,649	0,1946	Valid
	2	0,656	0,1946	Valid
	3	0,628	0,1946	Valid
	4	0,723	0,1946	Valid
	5	0,549	0,1946	Valid

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel tersebut menjelaskan kalau kuesioner pernyataan variabel lingkungan sosial (X_1) valid karena nilai r_{hitung} item 1 sampai 5 > dari pada r_{tabel} .

2) Variabel Budaya (X_2)

Pengujian validitas pada variabel budaya (X_2) pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Uji Validitas (Variabel Budaya)

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Budaya	1	0,683	0,1946	Valid
	2	0,547	0,1946	Valid
	3	0,591	0,1946	Valid
	4	0,655	0,1946	Valid
	5	0,655	0,1946	Valid

Sumber : hasil penelitian (Data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel tersebut menjelaskan kalau kuesioner pernyataan variabel budaya (X_2) valid karena nilai r_{hitung} item 1 sampai 5 > dari pada r_{tabel} .

3) Variabel religiusitas (X_3)

Pengujian validitas pada variabel religiusitas (X_3) pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Uji Validitas (Variabel Religiusitas)

Variabel	Pertanyaan	r- hitung	r-tabel	Keterangan
Religiusitas	1	0,618	0,1946	Valid
	2	0,608	0,1946	Valid
	3	0,565	0,1946	Valid
	4	0,777	0,1946	Valid
	5	0,722	0,1946	Valid

Sumber : hasil penelitian (Data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel tersebut menjelaskan kalau kuesioner pernyataan variabel religiusitas (X_3) valid karena nilai r_{hitung} item 1 sampai 5 > dari pada r_{tabel} .

4) Variabel Konsep Diri (X_4)

Pengujian validitas pada variabel konsep diri (X_4) pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Uji Validitas (Variabel Konsep Diri)

Variabel	Pertanyaan	r- hitung	r-tabel	Keterangan
Konsep diri	1	0,505	0,1946	Valid
	2	0,639	0,1946	Valid
	3	0,639	0,1946	Valid
	4	0,626	0,1946	Valid
	5	0,751	0,1946	Valid

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel tersebut menjelaskan kalau kuesioner pernyataan variabel konsep diri (X_3) valid karena nilai r_{hitung} item 1 sampai 5 > dari pada r_{tabel} .

5) Variabel perilaku konsumtif (Y)

Pengujian validitas pada variabel perilaku konsumtif (Y) pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.16

Uji validitas (variabel perilaku konsumtif)

Variabel	Pertanyaan	r- hitung	r-tabel	Keterangan
Perilaku konsumtif	1	0,667	0,1946	Valid
	2	0,598	0,1946	Valid
	3	0,722	0,1946	Valid
	4	0,698	0,1946	Valid
	5	0,700	0,1946	Valid

Sumber : hasil penelitian (Data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel tersebut menjelaskan kalau kuesioner pernyataan variabel perilaku konsumtif (Y) valid karena nilai r_{hitung} item 1 sampai 5 > dari pada r_{tabel} .

6) Variabel Gaya Hidup (Z)

Pengujian validitas pada variabel gaya hidup (Z) pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.17

Uji Validitas (Variabel Gaya Hidup)

Variabel	Pertanyaan	r- hitung	r-tabel	Keterangan
Perilaku konsumtif	1	0,712	0,1946	Valid
	2	0,733	0,1946	Valid
	3	0,755	0,1946	Valid
	4	0,740	0,1946	Valid
	5	0,604	0,1946	Valid

Sumber : hasil penelitian (Data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel tersebut menjelaskan kalau kuesioner pernyataan variabel gaya hidup (Z) valid karena nilai r_{hitung} item 1 sampai 5 > dari pada r_{tabel} .

b. Uji reabilitas

uji ini dilakukan untuk menjelaskan sejauh mana konsistensi responden dalam menjawab yang diberikan. Untuk mengetahui kuesioner tersebut reliabel maka digunakan uji reabilitas dengan batasan mode sebesar nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 dengan nilai signifikan sebesar 5%. Hasil uji reabilitas yakni :

Tabel 4.18
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Alpha</i>	Keterangan
Lingkungan Sosial (X ₁)	0,640	0,60	Reliabel
Budaya (X ₂)	0,747	0,60	Reliabel
Religiusitas (X ₃)	0,700	0,60	Reliabel
Konsep Diri (X ₄)	0,623	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,657	0,60	Reliabel
Gaya Hidup (Z)	0,719	0,60	Reliabel

Sumber : hasil penelitian (Data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel tersebut menggunakan uji *cronbach's alpha* yang menunjukkan bahwa semua tabel lebih besar 0.60. Hasil tersebut menjelaskan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur sejauh mana konsisten menggunakan variabel lingkungan sosial, budaya, religiusitas, konsep diri, perilaku konsumtif dan gaya hidup dinyatakan reliabel.

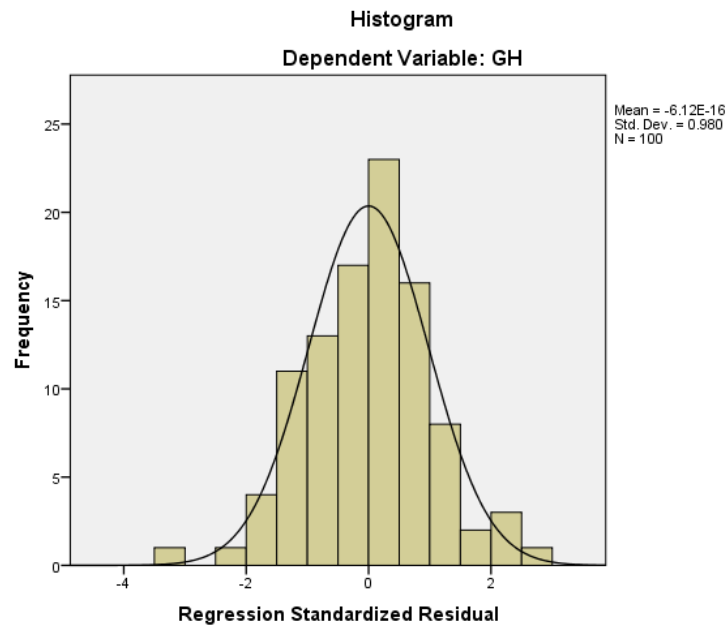
3. Uji asumsi klasik

a. Analisis Tahap I ($Z = a + pX_1 + pX_2 + pX_3 + pX_4 + \epsilon$)

1) Uji Normalitas

uji ini dilakukan saat belum melakukan analisis sebenarnya. Model regresi dikatakan baik jika memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji ini terlihat dari grafik histogram. Data berdistribusi normal apabila bentuk kurva sisi kiri dan kanannya

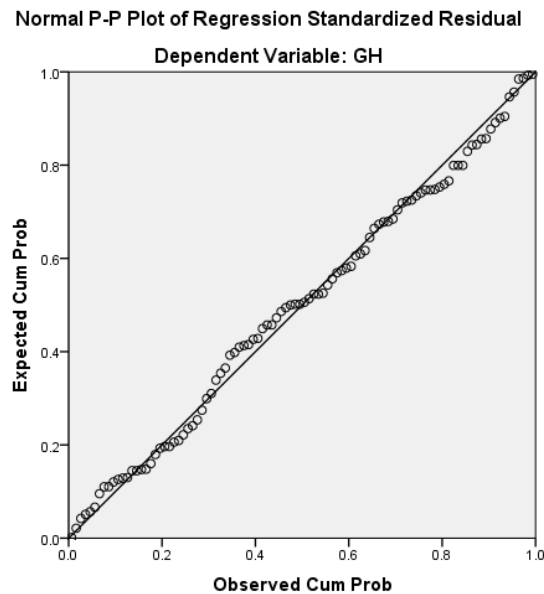
hampir menyerupai lonceng yang sempurna dan kemiringan kurvanya cenderung seimbang.



Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas Histogram

Gambar histogram menjelaskan bahwa kurva tersebut memiliki kecenderungan seimbang antara kiri dan kanan garis lengkungnya juga membentuk seperti lonceng, artinya, gambar tersebut berdistribusi normal. Uji ini juga dapat dilihat dari output kurva normal *p-plot*. Data normal apabila titik-titik data pada gambar searah dengan diagonal.



Gambar 4.2
Uji Normalitas *P-Plot*

Gambar tersebut menggambarkan titik-titik menyebar searah dengan garis diagonalnya. Berarti, normal *p-plot* dari atas berdistribusi normal. Selain 2 (dua) cara diatas, uji *Kolmogorov-smornov test* juga dapat digunakan untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini merupakan uji beda antara data yang di uji normalitasnya dengan uji normal baku. Uji ini mempunyai kelebihan yaitu sederhana serta tidak membuat perbedaan pendapat antar pengamat.

Tabel 4.19

Hasil Pengujian *One- Sample Kolmogorov-Sminov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Predicted Value	Unstandardized Residual
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	33.480000	0E-7
	Std. Deviation	1.68621910	2.96693879
Most Extreme Differences	Absolute	.113	.094
	Positive	.113	.068
	Negative	-.067	-.094

Kolmogorov-Smirnov Z	1.131	.944
Asymp. Sig. (2-tailed)	.155	.335
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : hasil penelitian (Data diolah SPSS versi 20.0)

tabel tersebut menjelaskan besarnya nilai *komogrov-smirnov* yaitu, 0,335 maka tersimpulkan data terdistribusi normal dengan nilai signifikansi $> 0,05$.

1) Uji Multikolinearitas

Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antar variabel bebasnya. Multikoleniaritas dapat dilihat dari nilai Tolerance serta variance inflation factor (VIF), jika nilai tolerance $>10\%$ dan nilai VIF < 10 . Adapun hasilnya yakni:

Tabel 4.20
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.077	1.602		.048	.962		
lingkungan sosial	.116	.073	.120	1.592	.115	.616	1.624
budaya	.256	.092	.232	2.788	.006	.508	1.969
religiusitas	.292	.106	.264	2.759	.007	.383	2.611
konsep diri	.321	.087	.341	3.699	.000	.413	2.423

a. Dependent Variable: gaya hidup

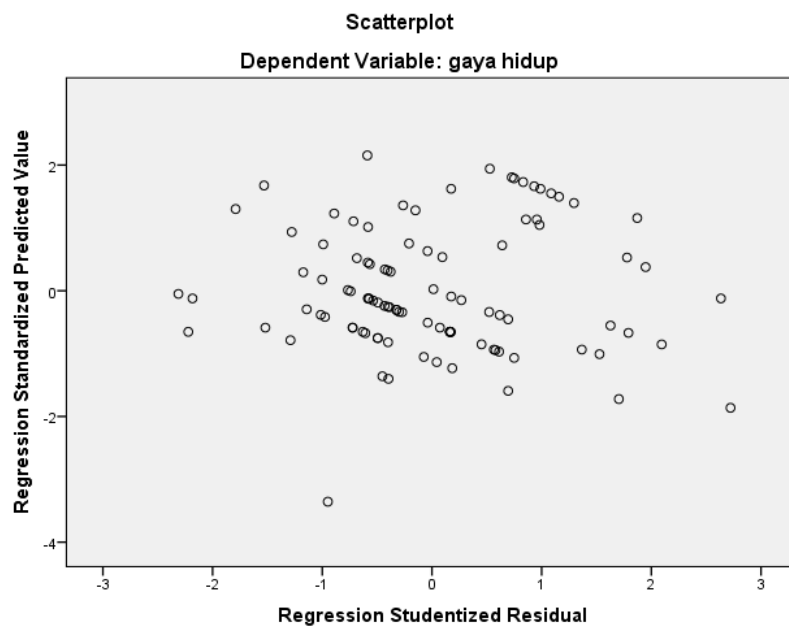
Sumber : hasil penelitian (Data diolah SPSS versi 20.0)

Dari hasil tersebut terdapat nilai *tolerance* pada masing-masing variabel yakni lingkungan sosial sebesar 0,616, budaya sebesar 0,508, religiusitas sebesar 0,383, konsep diri sebesar 0,431, dan nilai VIF yakni lingkungan sosial sebesar 1.624, budaya sebesar 1.969, religiusitas sebesar 2.611, konsep diri sebesar 2.423 lebih kecil dari 10.

Dengan begitu, kesimpulannya antar variabel tidak terjadi *multikolinearitas*.

2) Uji Heterokedasitas

Uji terlihat dari titik-titik yang menyebar secara acak dan tersebar suatu pola pada grafik *scatterplot*. Selain itu, titik-titik juga menyebar di atas maupun bawah nilai 0 pada sumbu Y. jika *heterokedasitas* tidak terjadi maka model regresinya sudah baik. Adapun uji heterokedasitas pada tahap I yakni:



Gambar. 4.3

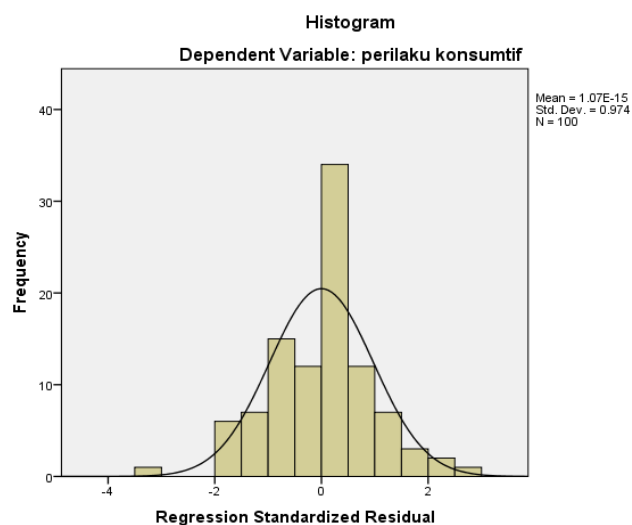
Uji Heterokedasitas

Gambar diatas menjelaskan titik menyebar secara acak- dan tidak membentuk pola ataupun berkumpul pada satu tempat. Maka tidak terjadi *heterokedasitas* dan model regresi sudah baik.

b. **Tahap II** ($Z = a + pX_1 + pX_2 + pX_3 + pX_4 + \epsilon$)

1) **Uji Normalitas**

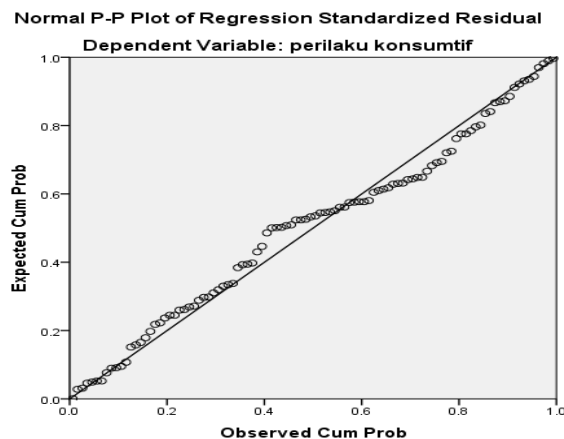
uji ini dilakukan saat belum melakukan analisis sebenarnya. Model regresi dikatakan baik jika memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji ini terlihat dari grafik histogram. Data berdistribusi normal apabila bentuk kurva sisi kiri dan kanannya hampir menyerupai lonceng yang sempurna dan kemiringan kurvanya cenderung seimbang.



Gambar 4.4

Hasil Uji Normalitas Histogram

Gambar histogram menjelaskan bahwa kurva tersebut memiliki kecenderungan seimbang antara kiri dan kanan garis lengkungnya juga membentuk seperti lonceng, artinya, gambar tersebut berdistribusi normal. Uji ini juga dapat dilihat dari output kurva normal *p-plot*. Data normal apabila titik-titik data pada gambar searah dengan diagonal.



Gambar 4. 5
Hasil Uji Normalitas P-Plot

Gambar tersebut menggambarkan titik-titik menyebar searah dengan garis diagonalnya. Berarti, normal *p-plot* dari atas berdistribusi normal.

Selain 2 (dua) cara diatas, uji *Kolmogorov-smornooov test* juga dapat digunakan untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini merupakan uji beda antara data yang di uji normalitasnya dengan uji normal baku. Uji ini mempunyai kelebihan yaitu sederhana serta tidak membuat perbedaan pendapatn antar pengamat.

Tabel 4.21

Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Predicted Value	Unstandardized Residual
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	33.4800000	0E-7
	Std. Deviation	1.68621910	2.96693879
Most Extreme Differences	Absolute	.113	.094
	Positive	.113	.068
	Negative	-.067	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		1.131	.944
Asymp. Sig. (2-tailed)		.155	.335
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

Sumber : hasil penelitian (Data diolah SPSS versi 20.0)

Tabel tersebut menjelaskan besarnya nilai *komogrov-smirnov* yaitu, 0,335 maka tersimpulkan data terdistribusi normal dengan nilai signifikansi $> 0,05$.

a. Uji multikolinearitas

model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antar variabel bebasnya. Multikoleniaritas dapat dilihat dari nilai Tolerance serta variance inflation factor (VIF), jika nilai tolerance $>10\%$ dan nilai VIF < 10 . Adapun hasilnya yakni:

Tabel 4.22
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-4.989	1.594		-3.129	.002		
1 gaya hidup	.277	.102	.239	2.713	.008	.333	3.003
lingkungan sosial	.037	.074	.033	.504	.615	.600	1.667
budaya	.177	.095	.138	1.863	.066	.470	2.130
religiusitas	.541	.110	.422	4.937	.000	.355	2.821
konsep diri	.169	.092	.155	1.833	.070	.361	2.772

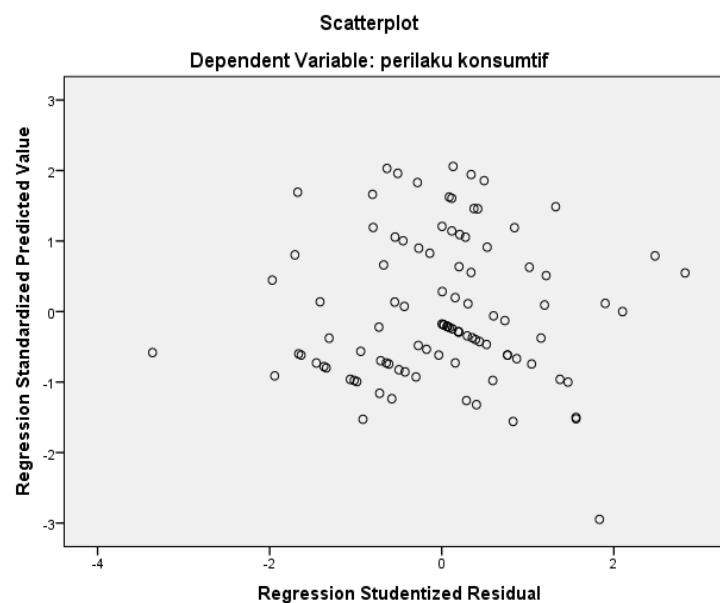
a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber : hasil penelitian (Data diolah SPSS versi 20.0)

Dari hasil tersebut terdapat nilai *tolerance* pada masing-masing variabel yakni: gaya hidup sebesar 0,333, lingkungan sosial sebesar 0,600, budaya sebesar 0,470, religiusitas sebesar 0,355, dan konsep diri sebesar 0,361, dan nilai VIF yakni gaya hidup sebesar 3.003, lingkungan sosial sebesar 1.667, budaya sebesar 2.130, religiusitas sebesar 2.821, dengan konsep diri sebesar 1.026 lebih kecil dari 10. Dengan begitu, dapat disimpulkan antar variabel tidak terjadi *multikolinearitas*.

b. Uji *Heterokedasitas*

uji ini dilakukan dengan memakai grafik scatterplot ataupun nilai prediksi variabel terikatnya. Heterokedasitas dapat dilihat dari scatterplot dengan memperlihatkan sebaran plot datanya. Jika terdapat pola tertentu pada grafik atau titik-titiknya membentuk pola seperti bergelombang, menebar kemudian menyempit maka ada heterokedasita. Uji heterokedasitas terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.6

Hasil Uji *Heterokedasitas*

gambar tersebut menjelaskan bahwa titik-titik tersebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu dan tersebar di atas maupun bawah titik angka nol pada sumbu Y. kesimpulnya tidak terjadi *heterokedasitas* pada penelitian.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi dilakukan adalah uji regresi linear berganda, yaitu uji yang dilakukan untuk memprediksi dan mengetahui besarnya pengaruh lingkungan sosial, budaya, religiusitas, konsep diri, serta gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pegawai wanita muslimah Kab. Padang Lawas.

a. Analisis tahap I ($Z = a + pX_1 + pX_2 + pX_3 + pX_4 + \epsilon$)

Analisis regresi model I dalam uji ini dilakukan agar terlihat sejauh mana hubungan antar variabel bebas dengan variabel intervening. Persamaan struktur dalam regresi model ini adalah:

Tabel 4.23

Hasil uji t persamaan I

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.077	1.602		.048	.962		
lingkungan sosial	.116	.073	.120	1.592	.115	.616	1.624
budaya	.256	.092	.232	2.788	.006	.508	1.969
religiusitas	.292	.106	.264	2.759	.007	.383	2.611
konsep diri	.321	.087	.341	3.699	.000	.413	2.423

a. Dependent Variable: gaya hidup

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Dari tabel *coefficient*, pada kolom *unstandardized coefficients* dalam sub kolom B terdapat nilai *constant* (konstanta) sebesar 0,077, sedangkan nilai koefisien lingkungan sosial sebesar 0,116, budaya sebesar, 0,256, religiusitas sebesar 0,292, dan konsep diri sebesar 0,321. Maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda pada tahap I dengan rumus sebagai berikut:

$$Z = 0,077 + 0,166 X_1 + 0,256 X_2 + 0,292 X_3 + 0,321 X_4 + \epsilon$$

Koefisien arah regresi disebut dengan koefisien b yang menyatakan perubahan rata-rata variabel *dependent* pada setiap perubahan *independent* sebesar satu satuan. Apabila nilai b positif maka terjadi penambahan, sebaliknya apabila bernilai negative. Dari persamaan di atas didapatkan penafsiran sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 0.077 menyatakan bahwa jika variabel lingkungan sosial (X_1), budaya (X_2), religiusitas (X_3), konsep diri (X_4), nilainya adalah tetap (*constant*), maka variabel gaya hidup (Z) pegawai wanita muslimah kab. Padang Lawas adalah sebesar 0,077.

- 2) Nilai koefisien lingkungan sosial (X_1) sebesar 0,116 menyatakan jika lingkungan sosial (X_1) meningkat sebesar 1%, maka gaya hidup (Z) akan meningkat sebesar 0.116. Namun sebaliknya, lingkungan sosial (X_1) menurun sebesar 1% maka gaya hidup (Z) akan menurun sebesar 0,116. Pada tabel di atas lingkungan sosial memiliki pengaruh positif terhadap gaya hidup (Z) Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas. Semakin tinggi lingkungan sosial (X_1) maka akan meningkatkan gaya hidup (Z), artinya jika lingkungan sosial Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas baik maka gaya hidup pun akan baik.
- 3) Nilai koefisien budaya (X_2) sebesar 0,256 menyatakan jika budaya (X_2) meningkat sebesar 1%, maka gaya hidup (Z) akan meningkat sebesar 0.256. Namun sebaliknya, budaya (X_2) menurun sebesar 1% maka gaya hidup (Z) akan menurun sebesar 0,256. Pada tabel di atas budaya memiliki pengaruh positif terhadap gaya hidup (Z) Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas. Semakin tinggi budaya (X_2) maka akan meningkatkan gaya hidup (Z), artinya jika budaya Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas baik maka gaya hidup pun akan baik.
- 4) Nilai koefisien religiusitas (X_3) sebesar 0,292 menyatakan jika religiusitas (X_3) meningkat sebesar 1%, maka gaya hidup (Z) akan meningkat sebesar 0.292. Namun sebaliknya, religiusitas (X_3) menurun sebesar 1% maka gaya hidup (Z) akan menurun sebesar 0,292. Pada tabel di atas religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap gaya hidup (Z) Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas. Semakin tinggi religiusitas (X_3) maka akan menurunkan gaya hidup (Z), artinya jika religiusitas Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas baik maka gaya hidup pun akan baik.
- 5) Nilai koefisien konsep diri (X_4) sebesar 0,321 menyatakan jika konsep diri (X_4) meningkat sebesar 1%, maka gaya hidup (Z) akan meningkat sebesar 0.321. Namun sebaliknya, konsep diri (X_4)

menurun sebesar 1% maka gaya hidup (Z) akan menurun sebesar 0,321. Pada tabel di atas konsep diri memiliki pengaruh positif terhadap gaya hidup (Z) Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas. Semakin tinggi konsep diri (X_4) maka akan menurunkan gaya hidup (Z), artinya jika konsep diri Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas baik maka gaya hidup pun akan baik.

b. Analisis Tahap II ($Y = a + pX_1 + pX_2 + pX_3 + pX_4 + pZ + \epsilon$)

Analisis regresi model II dalam uji ini dilakukan agar terlihat sejauh mana hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat. Persamaan struktur dalam regresi model ini adalah:

Tabel 4.24

Uji Regresi Berganda Persamaan II

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-4.989	1.594		-3.129	.002		
1 gaya hidup	.277	.102	.239	2.713	.008	.333	3.003
lingkungan sosial	.037	.074	.033	.504	.615	.600	1.667
budaya	.177	.095	.138	1.863	.066	.470	2.130
religiusitas	.541	.110	.422	4.937	.000	.355	2.821
konsep diri	.169	.092	.155	1.833	.070	.361	2.772

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Dari tabel *coefficient*, pada kolom *unstandardized coefficients* dalam sub kolom B terdapat nilai *constant* (konstanta) sebesar - 4.989, sedangkan nilai koefisien regresi lingkungan sosial sebesar 0,037, budaya sebesar, 0,177, religiusitas sebesar 0,541, dan konsep diri sebesar 0,169 serta gaya hidup sebesar 0,277. Berdasarkan hasil uji t tersebut, maka persamaan regresinya adalah:

$$Y = - 4.989 + 0,037 + 0,177 + 0,541 + 0,169 + 0,277z$$

Koefisien arah regresi disebut dengan koefisien b yang menyatakan perubahan rata-rata variabel *dependent* pada setiap perubahan

independent sebesar satu satuan. Apabila nilai b positif maka terjadi penambahan, sebaliknya apabila bernilai negative maka terjadi penurunan. Dari persamaan di atas, didapatkan penafsiran sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar -4.989 menyatakan bahwa jika variabel lingkungan sosial (X_1), budaya (X_2), religiusitas (X_3), konsep diri (X_4), serta gaya hidup (Z) nilainya adalah tetap (*constant*), maka variabel perilaku konsumtif (Y) pegawai wanita muslimah kab. Padang Lawas adalah sebesar 4.989.
- 2) Nilai koefisien lingkungan sosial (X_1) sebesar 0,037 menyatakan jika lingkungan sosial (X_1) meningkat sebesar 1%, maka perilaku konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 0.037. Namun sebaliknya, jika lingkungan sosial (X_1) menurun sebesar 1% maka perilaku konsumtif (Y) akan menurun sebesar 0,037. Pada tabel di atas lingkungan sosial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas. Semakin tinggi lingkungan sosial (X_1) maka akan meningkat perilaku konsumtif (Y), artinya jika lingkungan sosial yang dijalankan dengan baik maka perilaku konsumtif juga baik.
- 3) Nilai koefisien budaya (X_2) sebesar 0,177 menyatakan jika budaya (X_2) meningkat sebesar 1%, maka perilaku konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 0.177. Namun sebaliknya, jika budaya (X_2) menurun sebesar 1% maka perilaku konsumtif (Y) akan menurun sebesar 0,177. Pada tabel di atas budaya memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas. Semakin tinggi budaya (X_2) maka akan meningkat perilaku konsumtif (Y), artinya budaya yang tinggi dikalangan Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas akan mampu membuat pegawai untuk melakukan perilaku konsumtif
- 4) Nilai koefisien religiusitas (X_3) sebesar 0,541 menyatakan jika religiusitas (X_3) meningkat sebesar 1%, maka perilaku konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 0.541. Namun sebaliknya, jika religiusitas

(X_3) menurun sebesar 1% maka perilaku konsumtif (Y) akan menurun sebesar 0,541. Pada tabel di atas religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas. Semakin tinggi religiusitas (X_3) maka akan menurunkan perilaku konsumtif (Y), artinya jika religiusitas Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas baik maka perilaku konsumtif tidak akan terjadi.

- 5) Nilai koefisien konsep diri (X_4) sebesar 0,169 menyatakan jika konsep diri (X_4) meningkat sebesar 1%, jika konsep diri (X_4) maka perilaku konsumtif (Y) meningkat sebesar 0,196, namun sebaliknya jika konsep diri (X_4) menurun sebesar 1% maka perilaku konsumtif (Y) akan menurun sebesar 0,196. Pada tabel di atas konsep diri memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y).. Semakin tinggi konsep diri (X_4) maka akan menurunkan perilaku konsumtif (Y) Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas , artinya jika konsep diri Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas baik maka perilaku konsumtif akan baik.
- 6) Nilai koefisien gaya hidup (Z) sebesar 0,277 menyatakan jika gaya hidup (Z) meningkat sebesar 1%, jika gaya hidup (Z) menurun sebesar 1% maka perilaku konsumtif (Y) akan menurun sebesar 0,277. Pada tabel di atas gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y).. Semakin tinggi gaya hidup (Z) maka akan meningkatkan perilaku konsumtif (Y) Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas , artinya jika gaya hidup Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas baik maka perilaku konsumtif akan baik.

6. Uji hipotesis

a. Struktural Model I

Penggunaan analisis ini dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel *independent* (bebas) dengan variabel *intervening*

(mediasi). Adapun persamaan structural pada analisis Model regresi I adalah :

$$z = a + \beta X_1 Z + \beta X_2 Z + \beta X_3 Z + \beta X_4 Z + \epsilon$$

1) Uji Determinan (R^2)

Uji ini dilakukan untuk melihat seberapa kemampuan *independent* (lingkungan sosial, budaya, religiusitas, konsep diri dan gaya hidup) untuk menjelaskan variabel *dependent* (gaya hidup). Apabila koefisien determinan berkisar antara nol, maka hubungannya lemah. Namun, apabila angka 1, maka hubungan antara variabel tersebut dinyatakan sangat kuat. Berikut ini adalah hasil yang menggambarkan nilai koefisien determinan:

Tabel 4.25

Uji Determinan (R^2) Model I

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.817 ^a	.667	.653	1.266	1.266
a. Predictors: (Constant), konsep diri, lingkungan sosial, budaya, religiusitas					
b. Dependent Variable: gaya hidup					

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Pada tabel tersebut terlihatlah nilai korelasinya atau yang disimbolkan dengan R sebesar 0,817 dan besarnya persentase atau koefisien determinan (*R square*) antara pengaruh variabel bebas, (lingkungan sosial, budaya, religiusitas, dan konsep diri) dengan variabel terikat (gaya hidup) sebesar 0,667 atau 66,7%. pengaruh lingkungan sosial, budaya, religiusitas, dan konsep diri terhadap gaya hidup Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas. Sebesar 66,7% sisanya sebesar 33,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

2) Uji ANOVA (*F-Test*) I

Uji ini dilakukan agar terlihatlah simultanya antara variabel *independent* (lingkungan sosial, budaya religiusitas, konsep diri) terhadap variabel *dependent* (gaya hidup). Nilai F_{tabel} untuk jumlah responden 100 pada tingkat alpha 5% serta k (jumlah seluruh variabel) = 5, maka nilai $N_1 = k-1 = 5-1 = 4$, $N_2 = n-k = 100-4 = 96$ sebesar 2,47. Berikut hasilnya:

Tabel 4.26
Hasil uji ANOVA II

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.261	4	76.315	47.578	.000 ^b
	Residual	152.379	95	1.604		
	Total	457.640	99			

a. Dependent Variable: gaya hidup
b. Predictors: (Constant), konsep diri, lingkungan sosial, budaya, religiusitas

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Dari hasil tersebut diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} = 47.578$ dengan nilai signifikan sebesar 0,000, sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) ialah sebesar 2,47. Artinya $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$. Maka kesimpulannya variabel lingkungan sosial, budaya, religiusitas dan konsep diri secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup.

3) Uji parsial (t) I

Uji parsial dilakukan guna mengetahui pengaruh dari setiap variabel yang lingkungan sosial (X_1), budaya (X_2), religiusitas (X_3), konsep diri (X_4) terhadap gaya hidup (Z). berdasarkan dari t_{hitung} signifikan 0.05 maka diperoleh keputusan derajat kebebasan $df = n - k = 100 - 5 = 95$, ($n =$ jumlah responden, $k =$ jumlah variabel) maka nilai t_{tabel} adalah 1.661 . Berikut ini hasil

Tabel 4.27
Uji parsial (t) I

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.077	1.602		.058	.962		
1 lingkungan sosial	.166	.073	.120	1.592	.115	.616	1.624
budaya	.256	.092	.232	2.788	.006	.508	1.969
religiusitas	.292	.106	.264	2.759	.007	.383	2.611
konsep diri	.321	.087	.341	3.699	.000	.413	2.423

a. Dependent Variable: gaya hidup

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Kriteria pengujian yang dipakai ialah engan melihat perbandingan antar thitung dan ttabel dengan signifikan 0,05, serta kebebasan $df = n - k = 100 - 5 = 94$, mana nilai t_{tabel} adalah 1.661. Ketika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak. Kesimpulan dari pengaruh pada setiap variabel tersebut dapat dijelaskan yakni:

a. lingkungan sosial (X1)

Dari hasil *coefficient*, terlihatlah nilai t_{hitung} untuk lingkungan sosial (X₁) t menunjukkan nilai sig 0,115 artinya nilai sig lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 ($0,115 > 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar 0.1.592 lebih kecil dari t_{tabel} 1.6610 ($1.592 < 1.6610$). kesimpulan H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap gaya hidup.

b. budaya (X2)

Hasil uji t menunjukkan untuk budaya (X2) menunjukkan nilai sig $0,006 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} = 2.788$ lebih besar dari t_{tabel} 1,661 ($2.788 > 1,661$). kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya budaya berpengaruh terhadap gaya hidup.

c. Pengaruh religiusitas (X3)

Hasil uji t menunjukkan untuk religiusitas (X1) menunjukkan nilai sig $0,007 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} = 1.087$ lebih kecil dari t_{tabel} 1,661

(2.759 > 1,661). kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima artinya religiusitas berpengaruh terhadap gaya hidup.

d. konsep diri (X4)

Hasil uji t menunjukkan untuk konsep diri (X4) menunjukkan nilai sig 0.000 < 0.05 dan nilai $t_{hitung} = 3.699$ lebih besar dari t_{tabel} 1,661 ($3.699 > 1,661$). kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya konsep diri berpengaruh terhadap gaya hidup.

b. Structural Model II

Penggunaan analisis ini dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel *independent* (bebas) dengan variabel *dependent* (terikat). Adapun persamaan structural pada analisis Model regresi II adalah :

$$Y = pX_1Y + pX_2Y + pX_3Y + pX_4Y + Pzy + \epsilon$$

1) Uji Determinan (R^2)

Uji ini dilakukan untuk melihat seberapa kemampuan *independent* (lingkungan sosial, budaya, religiusitas, konsep diri dan gaya hidup) untuk menjelaskan variabel *dependent* (perilaku konsumtif). Apabila koefisien determinan berkisar antara nol, maka hubungannya lema. Namun, apabila angka 1, maka hubungan antara variabel tersebut dinyatakan sangat kuat. Berikut ini adalah hasil yang menggambarkan nilai koefisien determinan:

Tabel 4.28

Hasil Uji Determinan (R^2) II

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.870 ^a	.757	.744	1.261	1.261

a. Predictors: (Constant), konsep diri, lingkungan sosial, budaya, religiusitas, gaya hidup
 b. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Pada tabel tersebut terlihatlah nilai korelasinya atau yang disimbolkan dengan R sebesar 0,870 dan besarnya persentase atau koefisien determinan (*R square*) antara pengaruh variabel bebas, (lingkungan sosial, budaya, religiusitas, konsep diri dan gaya hidup) dengan variabel terikat (perilaku konsumtif) sebesar 0,757 atau 75,7%. pengaruh lingkungan sosial, budaya, religiusitas, konsep diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas. Sebesar 75,7% sisanya sebesar 24,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

2) Uji ANOVA (*F-Test*)

Uji ini dilakukan agar terlihatlah simultanya antara variabel *independent* (lingkungan sosial, budaya religiusitas, konsep diri dan gaya hidup) terhadap variabel *dependent* (perilaku konsumtif). Nilai F_{tabel} untuk jumlah responden 100 pada tingkat alpha 5% serta k (jumlah seluruh variabel) = 6, maka nilai $N_1 = k - 1 = 6 - 1 = 5$, $N_2 = n - k = 100 - 5 = 95$ sebesar 2,47. Berikut hasilnya:

Tabel 4.29
Hasil Uji ANOVA II

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	454.201	5	92.840	58.430	.000 ^b
	Residual	149.359	94	1.589		
	Total	613.560	99			

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif
b. Predictors: (Constant), konsep diri, lingkungan sosial, budaya, religiusitas, gaya hidup

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Dari hasil tersebut diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} = 58.430$ dengan nilai signifikan sebesar 0,000, sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) ialah sebesar 2,47. Artinya $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$. Maka kesimpulannya variabel lingkungan sosial, budaya, religiusitas dan konsep diri serta gaya hidup secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

3) Uji parsial (t)

Uji ini dilakukan agar terlihat apakah *independent* (lingkungan sosial, budaya, religiusitas, konsep diri dan gaya hidup) berpengaruh terhadap *dependent* (perilaku konsumtif). Penentuan derajat bebasnya dapat menggunakan rumus $df = n - k = 100 - 6 = 94$, maka nilai t_{tabel} 1,661. Adapun hasil dari uji parsialnya yaitu:

Tabel 4.30
Hasil Uji Parsial (t) II

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-4.989	1.594		-3.129	.002		
1 lingkungan sosial	.037	.074	.033	.504	.615	.600	1.667
1 budaya	.177	.095	.138	1.863	.066	.470	2.130
1 religiusitas	.541	.110	.422	4.937	.000	.355	2.821
1 konsep diri	.169	.092	.155	1.833	.070	.361	2.772
1 gaya hidup	.277	.102	.239	2.713	.008	.333	3.003

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

Kriteria pengujian yang dipakai ialah dengan melihat perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} dengan probabilitas 0,05, serta kebebasan $df = n - k = 100 - 6 = 94$, mana nilai t_{tabel} adalah 1.661. Ketika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak. Kesimpulan dari pengaruh pada setiap variabel tersebut dapat dijelaskan yakni:

a. Lingkungan sosial (X1)

Hasil uji t untuk lingkungan sosial (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) menunjukkan nilai sig 0,615 artinya nilai sig lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 ($0,615 > 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar 0.504 lebih kecil dari t_{tabel} 1.6610 ($0,504 < 1.661$). kesimpulan H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

b. Budaya (X2)

Hasil uji t untuk budaya (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) menunjukkan nilai sig 0,066 artinya nilai sig lebih besar dari nilai probabilitas 0,05. Dan nilai $t_{hitung}(1.863 > 1.661)$. kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya budaya secara parsial ataupun individual berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

c. Religiusitas (X3)

Hasil uji t untuk religiusitas (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) menunjukkan nilai sig 0,000 artinya nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Dan nilai $t_{hitung}(4.937 > 1.661)$. kesimpulan H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya religiusitas secara parsial ataupun individual berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

d. Konsep diri (X4)

Hasil uji t untuk konsep diri (X4) terhadap perilaku konsumtif (Y) menunjukkan nilai sig 0,070 artinya nilai signifikansi lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 dan nilai $t_{hitung}(1.833 > 1.661)$. kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima yang yang artinya konsep diri secara parsial ataupun individual berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

e. Gaya hidup

Hasil uji t untuk gaya hidup (Z) terhadap perilaku konsumtif (Y) menunjukkan nilai sig 0,008 artinya nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 dan nilai $t_{hitung}(2.713 > 1.661)$. kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima yang yang artinya gaya hidup secara parsial ataupun individual berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

c. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur ialah model penelitian yang dikembangkan dari regresi linear berganda itu sendiri, ataupun dapat disebut juga dengan hubungan sebab- akibat.

Tabel 4.31
Ringkasan Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Model	Standardized coefficients Beta	t	Sig	R²
Persamaan structural I (X1.X2.X3.X4.Z. Ke Y)				
X ₁ = pX ₁ Y	0,037	0.504	0,615	0,780
X ₂ = pX ₂ Y	0,177	1.863	0,066	
X ₃ = pX ₃ Y	0,541	4.937	0,000	
X ₄ = pX ₄ Y	0,169	1.833	0,070	
Y = pZY	0,277	2.713	0,008	
Persamaan structural II (X1.X2.X3.X4 Ke Z)				
X ₁ = pX ₁ Z	0,116	1.592	0,115	0,817
X ₂ = pX ₂ Z	0,256	2.788	0,006	
X ₃ = pX ₃ Z	0,292	2.759	0,007	
X ₄ = pX ₄ Z	0,277	3.699	0,000	

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20,0)

Adapun model structural analisis jalurnya, yaitu:

a. Model struktural I

$$Z = \rho X_1 Z + \rho X_2 Z + \rho X_3 Z + \rho X_4 Z + \square_1$$

Pada model ini, besarnya koefisien residu adalah:

$$\begin{aligned} \square_1 &= \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,818} \\ &= \sqrt{0,183} = 0,42 \end{aligned}$$

Maka model struktural I adalah:

$$\begin{aligned} Z &= 0,166 X_1 + 0,256 X_2 + 0,292 X_3 + 0,321 X_4 + 0,042 \\ &= 0,166 \text{ lingkungan sosial} + 0,256 \text{ budaya} + 0,292 \text{ religiusitas} + \\ &0,321 \text{ konsep diri} + 0,042 \end{aligned}$$

b. Model Structural II

$$Y_1 = \rho X_1 Y + \rho X_2 Y + \rho X_3 Y + \rho X_4 Y + \rho ZY + \square_1$$

pada model ini, besarnya koefisien residul yakni:

$$\square_1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,870}$$

$$= \sqrt{0,013} = 0,114$$

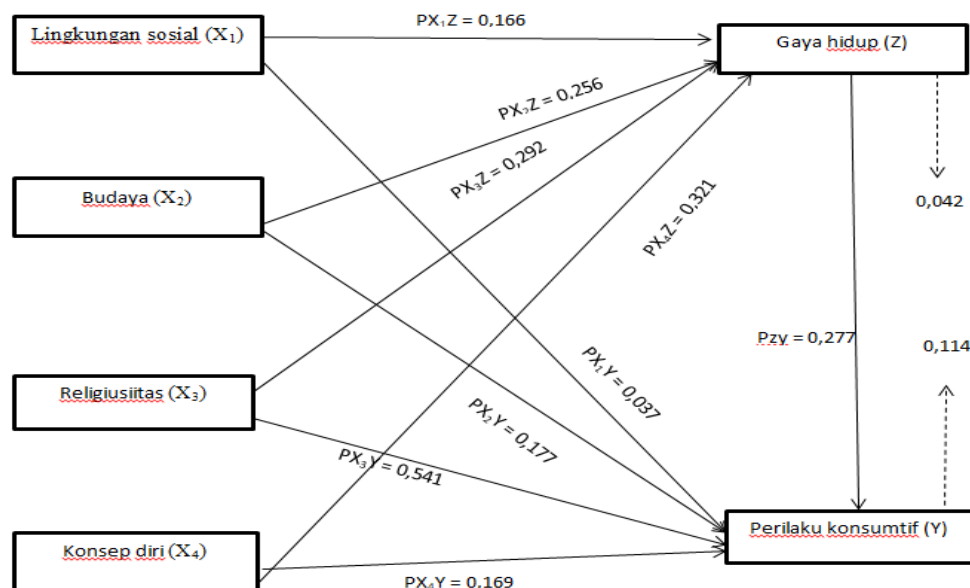
Maka model *direct effect* yaitu:

$$Y = 0,037X_1 + 0,177X_2 + 0,541X_3 + -0,169X_4 + 0,277Z + 0,144$$

$$= 0,037\text{lingkungan sosial} + 0,177\text{budaya} + 0,541\text{religiusitas} +$$

$$0,169\text{konsep diri} + 0,277\text{gaya hidup} + 0,114$$

Dari 2 model structural tersebut didapatkan gambar analisis jalur, yaitu:



Gambar 4.7
Analisis Jalur

Dari gambar analisis diatas, maka dapat ditentukan koefisien yang berpengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total sebagai berikut:

1) Pengaruh langsung atau *direct effect* (DE)

Perhitungan pengaruh langsung atau *direct effect* (DE) menggunakan formula yakni:

a) Pengaruh lingkungan sosial terhadap gaya hidup ($X_1 \rightarrow Z$) ρ_{X_1Z}
 $= 0,166$

b) Pengaruh budaya terhadap gaya hidup ($X_2 \rightarrow Z$) $\rho_{X_2Z} = 0,256$

- c) Pengaruh religiusitas terhadap gaya hidup ($X_3 \rightarrow Z$) $\rho_{X_3Z} = -0,292$
- d) Pengaruh konsep diri terhadap gaya hidup ($X_4 \rightarrow Z$) $\rho_{X_4Z} = 0,321$
- e) Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ($Z \rightarrow Y$) atau $\rho_{ZY} = 0,277$
- f) Pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif ($X_1 \rightarrow Y$) atau $\rho_{X_1Y} = 0,037$
- g) Pengaruh budaya terhadap perilaku konsumtif $X_2 \rightarrow Y$) atau $\rho_{X_2Y} = 0,177$
- h) Pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif ($X_3 \rightarrow Y$) atau $\rho_{X_3Y} = 0,541$
- i) Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif ($X_4 \rightarrow Y$) atau $\rho_{X_4Y} = -0,169$

Tabel 4.32
Hasil pengaruh langsung

Hipotesis	Keterangan	Sig	Simpulan	R ²
1	H ₀ diterima H _a ditolak	0,615 > 0,05	Tidak signifikan	0,870
2	H ₀ ditolak H _a diterima	0,066 > 0,05	Tidak signifikan	
3	H ₀ ditolak H _a diterima	0,000 < 0,05	Signifikan	
4	H ₀ ditolak H _a diterima	0,070 > 0,05	Tidak signifikan	
5	H ₀ ditolak H _a diterima	0,008 < 0,05	Signifikan	
6	H ₀ diterima H _a ditolak	0,116 > 0,05	Tidak signifikan	0,817
7	H ₀ ditolak H _a diterima	0,006 < 0,05	Signifikan	
8	H ₀ ditolak H _a diterima	0,007 < 0,05	Signifikan	
9	H ₀ ditolak H _a diterima	0,000 < 0,05	Signifikan	

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

2) Pengaruh tidak langsung *indirect effect* (IE)

Perhitungan pengaruh tidak langsung atau *indirect effect* (IE) dengan menggunakan formula:

- a) Pengaruh tidak langsung lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup ($X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y$) adalah hasil kali

koefisien jalur $\rho_{X_1Y} + (\rho_{X_1Z})(\rho_{ZY}) = 0,037 + (0,166)(0,227) = 0,037 + 0,045 = 0,082$

b) Pengaruh tidak langsung budaya terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup ($X_2 \rightarrow Z \rightarrow Y$) adalah hasil kali koefisien jalur $\rho_{X_2Y} + (\rho_{X_2Z})(\rho_{ZY}) = 0,177 + (0,256)(0,227) = 0,177 + 0,070 = 0,247$

c) Pengaruh tidak langsung religiusitas terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup ($X_3 \rightarrow Z \rightarrow Y$) adalah hasil kali koefisien jalur $\rho_{X_1Y} + (\rho_{X_1Z})(\rho_{ZY}) = 0,541 + (0,292)(0,277) = 0,541 + 0,080 = 0,621$

d) Pengaruh tidak langsung konsep diri terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup ($X_4 \rightarrow Z \rightarrow Y$) adalah hasil kali koefisien jalur $\rho_{X_1Y} + (\rho_{X_1Z})(\rho_{ZY}) = 0,169 + (0,321)(0,277) = 0,169 + 0,088 = 0,257$

Tabel 4.33

Hasil Pengaruh Total

pengaruh total	Koefisien jalur ρ_{X_1Y}	Koefisien jalur $(\rho_{X_1Z})(\rho_{ZY})$	Hasil koefisien
X_1 terhadap Y ρ_{X_1Y}	0,037	(0,166)(0,277)	0,082
pengaruh total	Koefisien jalur ρ_{X_1Y}	Koefisien jalur $(\rho_{X_1Z})(\rho_{ZY})$	Hasil koefisien
X_2 terhadap Y ρ_{X_2Y}	0,177	(0,256)(0,277)	0,247
pengaruh total	Koefisien jalur ρ_{X_1Y}	Koefisien jalur $(\rho_{X_1Z})(\rho_{ZY})$	Hasil koefisien
X_3 terhadap Y ρ_{X_3Y}	0,541	(0,292)(0,277)	0,621
pengaruh total	Koefisien jalur ρ_{X_1Y}	Koefisien jalur $(\rho_{X_1Z})(\rho_{ZY})$	Hasil koefisien
X_4 terhadap Y ρ_{X_4Y}	0,169	(0,321)(0,277)	0,257

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

3) Uji Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung

Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan rumus z-statistik dari sobel yaitu:

$$Z = \frac{axb}{\sqrt{b^2x sa^2 + a^2xsb^2 + sa^2x sb^2}}$$

Keterangan:

a,b, dan c adalah nilai koefisien jalur
sa dan sb adalah standar error untk a dan b

Dasar pengambilan keputusannya dengan membuat perbandingan t_{tabel} dan Z_{hitung} yang telah diperoleh. Dalam penelitian ini, derajat kebebasan (dk) $105 - 5 = 100$ pada taraf kepercayaan $\alpha = 0,05$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,660.

Adapun kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

- a) Apabila $Z_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka pengaruh tidak langsung signifikan. Maknanya, ada pengaruh tidak langsung terhadap variabel endogen melalui variabel moderating (*intervening*) secara signifikan ataupun nyata.
- b) Apabila $Z_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka pengaruh tidak langsung tidak signifikan. Maknanya tidak ada pengaruh tidak langsung terhadap variabel endogen melalui variabel moderating (*intervening*) secara signifikan ataupun nyata.¹³⁹

Berdasar tabel diatas, maka dapat di lihat bahwa:

1. Pengaruh tidak langsung lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup

$$(X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y)$$

$$Z = \frac{axb}{\sqrt{b^2x sa^2 + a^2xsb^2 + sa^2x sb^2}}$$

$$= \frac{0,166 \times 0,277}{\sqrt{0,277^2 \times 0,073^2 + 0,166^2 \times 0,102^2 + 0,073^2 \times 0,102^2}}$$

$$\frac{0,045}{\sqrt{(0,076 \times 0,053) + (0,026 \times 0,010) + (0,053 \times 0,010)}}$$

$$\frac{0,045}{\sqrt{0,004028 + 0,00026 + 0,063}}$$

$$\frac{0,045}{\sqrt{0,067288}}$$

$$\frac{0,045}{0,259}$$

¹³⁹ Kadir, Statistika Terapan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 247.

$$Z=0,173$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, terlihat bahwa $Z_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,173 < 1,660$). Maknanya, tidak ada pengaruh tidak langsung yang signifikan ataupun nyata dari variabel lingkungan sosial (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y) wanita Kab. Padang melalui gaya hidup (Z) sebagai variabel *intervening* pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%.

2. Pengaruh tidak langsung budaya terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup

$$\begin{aligned} Z &= \frac{axb}{\sqrt{b^2x sa^2+a^2xsb^2+sa^2x sb^2}} \\ &= \frac{0,256 \times 0,277}{\sqrt{0,277^2 \times 0,092^2 + 0,256^2 \times 0,102^2 + 0,092^2 \times 0,102^2}} \\ &= \frac{0,070}{\sqrt{(0,076 \times 0,008) + (0,006 \times 0,010) + (0,008 \times 0,010)}} \\ &= \frac{0,070}{\sqrt{0,000608 + 0,00006 + 0,00008}} \\ &= \frac{0,070}{\sqrt{0,000748}} \\ &= \frac{0,070}{0,027} \\ Z &= 2.592 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, terlihat bahwa $Z_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.592 > 1,660$). Maknanya, ada pengaruh tidak langsung yang signifikan ataupun nyata dari variabel budaya (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui wanita Kab. Padang gaya hidup (Z) sebagai variabel *intervening* wanita Kab. Padang Lawas pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%.

3. Pengaruh tidak langsung religiusitas terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup

$$Z = \frac{axb}{\sqrt{b^2x sa^2+a^2xsb^2+sa^2x sb^2}}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{0,292 \times 0,277}{\sqrt{0,277^2 \times 0,106^2 + 0,292^2 \times 0,102^2 + 0,106 \times 0,102^2}} \\
&\frac{0,080}{\sqrt{(0,076 \times 0,011) + (0,085 \times 0,010) + (0,011 \times 0,010)}} \\
&\frac{0,080}{\sqrt{0,000836 + 0,00085 + 0,00011}} \\
&\frac{0,080}{\sqrt{0,001346}} \\
&\frac{0,080}{0,036} \\
Z &= 2.222
\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, terlihat bahwa $Z_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.222 > 1,660$). Maknanya, ada pengaruh tidak langsung yang signifikan ataupun nyata dari variabel religiusitas (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui wanita Kab. Padang gaya hidup (Z) sebagai variabel *intervening* wanita Kab. Padang Lawas pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%.

4. Pengaruh tidak langsung konsep diri terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup

$$\begin{aligned}
Z &= \frac{axb}{\sqrt{b^2 \times sa^2 + a^2 \times sb^2 + sa^2 \times sb^2}} \\
&= \frac{0,321 \times 0,277}{\sqrt{0,277^2 \times 0,087^2 + 0,321^2 \times 0,102^2 + 0,087 \times 0,102^2}} \\
&\frac{0,088}{\sqrt{(0,076 \times 0,007) + (0,1030 \times 0,010) + (0,007 \times 0,010)}} \\
&\frac{0,088}{\sqrt{0,000532 + 0,00103 + 0,00007}} \\
&\frac{0,080}{\sqrt{0,001632}} \\
&\frac{0,088}{0,040} \\
Z &= 2.178
\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, terlihat bahwa $z_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.178 > 1,660$). Maknanya, ada pengaruh tidak langsung yang signifikan ataupun nyata dari variabel konsep diri (X_4) terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui wanita Kab. Padang gaya hidup (Z) sebagai variabel *intervening* wanita Kab. Padang Lawas pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%.

Tabel 4.34

Hasil uji signifikansi pengaruh tidak langsung

<i>Indirect effect</i>	z_{hitung}	t_{tabel}	Simpulan
X_1 terhadap Y melalui Z	0.173	1,661	Tidak signifikan
X_2 terhadap Y melalui Z	2.592	1,661	signifikan
X_3 terhadap Y melalui Z	2.222	1,661	signifikan
X_4 terhadap Y melalui Z	2.178	1,661	signifikan

Sumber : hasil penelitian (data diolah SPSS versi 20.0)

C. Pembahasan

1. Pengaruh lingkungan sosial (X_1) terhadap Gaya Hidup (Z)

Hasil penelitian menunjukkan lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup ($0,115 > 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1.592 < 1.661$), maka kesimpulannya adalah H_0 diterima H_a ditolak. Penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ika Wijayanti yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap gaya hidup. Lingkungan sosial yang berasal dari luar atau eksternal (sering disebut kelompok anutan). Kelompok anutan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif. Dengan artian, seseorang dalam berperilaku berkonsumsi akan meningkatkan perilaku konsumsi orang tersebut semakin rasional. Semakin baik gaya hidup seseorang, baik pula perilaku konsumsi wanita kab. Padang Lawas.

Konsumsi memainkan peran yang sangat penting bagi ekonomi individu maupun bangsa. Sangatlah perlu untuk bersikap hati-hati

dalam konsumsi harta kekayaan. Adapun hal yang menyebabkan lingkungan sosial terhadap gaya hidup tidak berpengaruh disebabkan kelemahan dan keterbatasan dalam penelitian ini antara lain: pertama, penggunaan skala likert dengan 5 pilihan dalam kuesioner memungkinkan responden untuk bersikap netral dalam memilih jawaban sehingga dikhawatirkan responden kurang memahami pernyataan, kedua, adakalanya dibutuhkan sampel yang besar untuk membuktikan adanya hubungan lingkungan sosial dengan gaya hidup, ketiga, variabel yang digunakan dalam penelitian ini belum mewakili semua faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi.

2. Pengaruh budaya (X₂) terhadap Gaya Hidup (Z)

Hasil penelitian menunjukkan budaya berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup ($0,006 > 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,788 < 1,661$), maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak H_a diterima. budaya merupakan gejala-gejala perilaku manusia yang tersusun dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup yang dilengkapi dengan symbol-simbol yang mereka buat sendiri berupa peralatan hidup, adat istiadat dan gagasan yang memenuhi kebutuhan hidup kemudian diwariskan dari generasi ke generasi.

Kebudayaan hampir merupakan segala sesuatu yang mempengaruhi proses berpikir dan perilaku seseorang. Budaya tidak hanya mempengaruhi pemahaman kita, tetapi juga bagaimana kita membuat keputusan dan bahkan bagaimana kita memahami dunia di sekitar kita. Dibandingkan dengan budaya lokal, masyarakat lebih menyukai budaya asing. Kemajuan teknologi cukup berpengaruh untuk mempengaruhi opini masyarakat saat ini. Dengan adanya pengguna media sosial berbasis komunitas khususnya pegawai muslimah diharapkan dapat memilih pengaruh baik dan buruk yang mereka temukan. Saat ini, banyak pegawai muslimah yang mengikuti gaya hidup berbasis media sosial, seperti fashion dan entertainment. Melalui

gaya hidup, semua orang dianggap memiliki kepekaan dan kesadaran yang lebih besar terhadap proses konsumsi atau sikap konsumen.

3. Pengaruh religiusitas (X_3) terhadap Gaya Hidup (Z)

Hasil penelitian menunjukkan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup ($0,007 > 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.759 < 1.661$), maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak H_a diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh auliya diah safitri yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup. Dalam temuan teoritis Adi Bubrono menjelaskan bahwa manusia religius adalah manusia yang struktur mental keseluruhannya secara tetap diarahkan kepada pencipta nilai mutlak, memuaskan dan tertinggi yaitu tuhan.

Perilaku konsumen akan dipengaruhi oleh gaya hidup. Gaya hidup setiap orang berbeda, tetapi tujuannya sama. Bahkan jika diri berubah, diri tetap mempertahankan kualitas yang terpola dan memiliki sudut pandang sendiri untuk bertindak. Gaya hidup yang diinginkan seseorang mempengaruhi pembelian dan penggunaan barang dan jasa, karena gaya hidup menggambarkan moral seseorang. Cara hidup dalam Islam adalah bagaimana orang menggunakan waktu yang ditentukan oleh Quran dan Sunnah. Misalnya, jika seorang pegawai Muslimah menjalani gaya hidup sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah, ia akan mengalami apa yang disebut Islam, sehingga membentuk jiwa dan pribadi yang setia, saleha dan bersyukur. Al-Qur'an mengingatkan manusia untuk tidak terbawa oleh materialisme dan kehidupan hedonistik. Namun demikian, bukan berarti manusia dilarang untuk menikmati hidup yang diberikan oleh Allah SWT sebagai anugerah. Allah memberikan kemudahan bagi manusia, seperti pakaian, makanan, minuman buatan sendiri, dll. Manusia hanya dilarang berlebihan dan boros, karena Islam mengajarkan konsumen untuk bersikap sederhana.

4. Pengaruh konsep diri (X_4) terhadap perilaku konsumtif (Y)

Hasil penelitian menunjukkan konsep diri berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup ($0,000 > 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3.699 < 1.661$), maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak H_a diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayentia Brilialandita, Menyatakan bahwa ada hubungan konsep diri dengan gaya hidup. Sedangkan dalam temuan teoritis konsep diri menurut Willian H. Fitts merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya, yang dibentuk melalui pengalaman-pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungannya.

Pada dasarnya, mengembangkan konsep diri adalah proses yang relatif pasif, yang dasarnya pribadi bertindak dengan cara tertentu dan mengamati bagaimana orang lain menanggapi tindakan kita. Hal ini membutuhkan proses berpikir dan sering terjadi berulang-ulang. Oleh karena itu, konsep diri dapat menyimpulkan bahwa persepsi dan perasaan seseorang tentang dirinya terdiri dari komponen kognitif dan konsep diri yang efektif. Salah satu peraturan Al-Qur'an tentang konsumsi dalam bidang ekonomi adalah melarang pemborosan. *Tabzir* atau *israf* berarti menghambur-hamburkan harta dan membelanjakan secara boros atau berlebihan yang dibalut dengan kehidupan yang mewah. Kehidupan kemewahan atau berpoya-poya pegawai wanita muslimah ini akan terlihat tatkala adanya arisan bulanan yang dibentuk untuk mengikat tali silaturahmi akan tetapi yang terjadi bukan hanya itu saja arisan bulanan yang dibentuk ini juga di pakai untuk ajang pameran satu dengan yang lainnya.

5. Pengaruh gaya hidup (Z) terhadap perilaku konsumtif (Y)

Hasil penelitian menunjukkan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif ($0,008 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.713 > 1.661$), maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak H_a diterima. Hasil peneliitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutriati menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan dalam temuan

teoritis Menurut Kotler, gaya hidup dapat didefinisikan sebagai pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup juga menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam beraksi dan berinteraksi dengan lingkungannya.

Perilaku konsumen adalah suatu proses di mana seseorang mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi konsumsi produk, jasa, dan ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan mereka, dan mengambil tindakan terhadapnya. Karena perilaku konsumen merupakan motor penggerak bagi individu yang muncul di dalam dan di luar individu untuk mewujudkan keinginan tertingginya tanpa mempertimbangkan kebutuhan dasarnya. Yang Mendorong pegawai muslimah untuk mengikuti gaya hidup trend masakini mengakibatkan terjadi konsumtif berapapun harga yang ditawarkan terkadang pegawai wanita tidak melihat dari sisi harga akan tetapi kepuasan tersendiri yang dimiliki ketika sudah mendapatkan barang apa yang telah diinginkan.. Simbol modernisasi saat ini telah dikuasai dari berbagai negara asing yang menjadikan patokan. Tentu saja jika media juga terlibat dalam penyebaran informasi, mengarahkan mereka untuk terlibat dalam perilaku konsumtif dan membiarkan perempuan melakukan tindakan yang tidak beraturan. Kegembiraan membeli barang bukan hanya tuntutan nilai guna, tetapi juga cenderung meningkatkan prestise sosial.

6. Pengaruh lingkungan sosial (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikansi diperoleh ($0,615 > 0,05$) dan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,504 < 1,661$), maka kesimpulannya adalah H_0 diterima H_a ditolak. Penelitian ini Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartiyani Sadu Budayanti, Dkk, yang menyatakan bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh dengan perilaku konsumsi, dan Penelitian ini tidak sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Bintarto dan Surastopo

mendefinisikan lingkungan sosial adalah sebagai tempat individu untuk saling berinteraksi, yang memiliki seperangkat perilaku yang secara sosial diartikan secara simbolis melalui bahasa dan cara-cara lain pada anggota lain masyarakat. Dan tidak selaras juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Irma Riana yang menyatakan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Menurut para Ekonom yang telah mengembangkan model untuk menganalisis bagaimana konsumen itu secara rasional berpandangan ke depan. Dalam mengonsumsi, konsumen menghadapi batasan berapa banyak pendapatan yang dibelanjakan, yang disebut batas/kendala anggaran (*budget constraint*). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasanya wanita muslimah kab. Padang Lawas yang membuat lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif disebabkan Saat pegawai memutuskan berapa banyak konsumsi saat ini dan berapa banyak pendapatan mereka ditabung, pegawai menghadapi batas anggaran antar waktu (*intemporal budget constraint*). Lebih memilih uang hasil pendapatan yang telah diterima di tabung daripada mengikuti lingkungan sosial, dan adanya dorongan dari keluarga untuk lebih memikirkan masa depan tatkala juga seorang pegawai mengenakan suatu barang tertentu akan berpikir lagi tentang pendapatannya, karena berapa pun uang jika akan mengikuti gaya hidup yang trend kemasa kini tidak akan pernah cukup.

7. Pengaruh budaya (X₂) terhadap perilaku konsumtif (Y)

Hasil penelitian menunjukkan budaya berpengaruh akan tetapi secara signifikan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ($0,006 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1,863 > 1,661$), maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak H_a diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sjeddic Rianne Watung, Allen A Ch. Monongko, dkk yang menyatakan bahwa Faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dalam temuan teoritis Menurut Wallendorf & Reily budaya adalah seperangkat perilaku yang

secara sosial dialirkan secara simbolis melalui bahasa dan cara-cara lain pada anggota lain masyarakat tertentu. Dalam hal ini biasanya pegawai wanita muslimah akan menjadikan budaya sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan keyakinan dirinya dalam melakukan perilaku konsumtif. Budaya mengacu pada gagasan, simbol-simbol yang memiliki makna untuk berkomunikasi, nilai, melakukan penafsiran dan evaluasi dan kebiasaan sebagai konsumen terhadap suatu produk. Dalam penentu dan yang mengatur perilaku anggotanya. Didalam budaya terdapat 4 komponen, yaitu, 1. Bersifat komprehensif, 2. Budaya yang diperoleh, 3. Kekompakan masyarakat modern, 4. Pengaruh budaya yang jarang kita menyadarinya.

Dari 4 komponen di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya Budaya tidak hanya dipengaruhi sifat yang abstrak seperti nilai, pemikiran, sikap kepercayaan dan kebiasaan seseorang atau masyarakat. Budaya juga terbentuk oleh objek material seperti rumah, kendaraan, peralatan elektronik dan pakaian. Hubungan manusia dengan budaya adalah manusia sebagai pelau budaya dan budaya objek yang dilakukan oleh manusia. Dalam istilah sosiologi manusia dan kebudayaan adalah dwi tunggal, maksudnya bahwa walaupun keduanya berbeda tetapi mereka satu-kesatuan yang akan sangat sulit untuk dipisahkan,

8. Pengaruh religiusitas (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y)

Hasil penelitian menunjukkan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif ($0,000 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,937 > 1,661$), maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak H_a diterima. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurta, bahwa orang yang religius yang tinggal di Amerika serikat menghabiskan lebih sedikit uang untuk belanja dan melakukan lebih sedikit pembelian yang tidak direncanakan, selain itu orang yang lebih mengutamakan agama lebih memengaruhi daya beli. Artinya, semakin tinggi orang yang religius maka semakin sedikit keinginan mereka

untuk menindaklanjuti peluang pembelian baru. Sedangkan dalam temuan teoritis Religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang, Internalisasi yang berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun dalam ucapan. Kepercayaan ini kemudian diaktualisasikan dalam perbuatan dan tingkah laku sehari-hari.

Hal ini sejalan dengan Religius yang ada di Kabupaten Padang Lawas ini cukup baik dilihat dari agama yang di anut rata-rata masyarakat yaitu agama Islam. Sehingga para pegawai wanita muslimah harus bisa memilih dan membandingkan perilaku yang sesuai dengan yang diajarkan didalam agama Islam. Religiusitas yang baik akan memberikan dampak yang baik pula dalam menjalankan kehidupan sehari-hari terutama dalam hal mengenai konsumsi, sudah seharusnya dilakukan seperti yang dianjurkan oleh Al-Qur'an dengan sebagai mana mestinya.

9. Pengaruh konsep diri (X₄) terhadap perilaku konsumtif (Y)

Hasil penelitian menunjukkan konsep diri berpengaruh akan tetapi secara signifikan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ($0,070 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1,833 > 1,661$), maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak H_a diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Savitri Aprilyana Putri *self control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dalam teori William D Brooks konsep diri merupakan persepsi individu terhadap dirinya, dalam hal ini bersifat fisik, psikologis dan sosial sebagai pengalaman interaksinya dengan orang lain

Hal ini disebabkan bahwa kepuasan diri yang rendah menimbulkan harga diri yang rendah pula dan akan mengembangkan ketidakpercayaan diri yang mendasar kepada dirinya. Sebaliknya bagi individu yang memiliki kepuasan diri yang tinggi, kesadaran dirinya lebih realistis, sehingga lebih memungkinkan individu tersebut untuk mengetahui keadaan dirinya dan memfokuskan energi serta

perhatiannya ke luar diri, dan pada akhirnya dapat berfungsi lebih konstruktif. Selain itu konsep diri merupakan konsep yang menjanjikan untuk riset konsumen, dan kegagalan dalam pengendalian diri mungkin merupakan penyebab penting pembelian *impulsive*.

10. Pengaruh lingkungan sosial (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui gaya hidup (Z)

hasil penelitian menemukan lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui gaya hidup(Z). Secara teoritis, semakin tinggi Budaya Wanita Muslimah Kabupaten Padang Lawas, maka akan semakin tinggi gaya hidupnyajuga sehingga perilaku konsumtifnya juga akan tinggi, sebaliknya semakin rendah budaya mempengaruhi Wanita Muslimah Kabupaten Padang Lawas maka akan semakin turun gaya hidupnya sehingga perilaku konsumtifnya juga turun.

11. Pengaruh budaya (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui gaya hidup (Z)

hasil penelitian menemukan budaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya (X_2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui gaya hidup(Z). Secara teoritis, semakin tinggi Budaya Wanita Muslimah Kabupaten Padang Lawas, maka akan semakin tinggi gaya hidupnyajuga sehingga perilaku konsumtifnya juga akan tinggi, sebaliknya semakin rendah budaya mempengaruhi Wanita Muslimah Kabupaten Padang Lawas maka akan semakin turun gaya hidupnya sehingga perilaku konsumtifnya juga turun.

12. Pengaruh religiusitas (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui gaya hidup (Z)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Religiusitas (X_3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui gaya hidup (Z). Secara teoritis, religiusitas suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketetapan terhadap agama. Semakin tinggi religius Wanita Muslimah Kabupaten Padang Lawas, maka akan semakin tinggi gaya hidupnya juga sehingga perilaku konsumtifnya juga akan tinggi, sebaliknya semakin rendah Religiusitas mempengaruhi Wanita Muslimah Kabupaten Padang Lawas maka akan semakin turun *gaya hidupnya* sehingga perilaku konsumtifnya juga turun.

13. Pengaruh konsep diri (X_4) terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui gaya hidup (Z)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Konsep Diri (X_4) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui gaya hidup (Z). Konsep diri merupakan inti dari kepribadian individu. Inti kepribadian berperan penting untuk menentukan dan mengarahkan perkembangan kepribadian serta perilaku positif. Usaha individu untuk memahami diri sendiri kemudian menghasilkan konsep individu tersebut mengenai diri sendiri yang sering disebut dengan konsep diri. Konsep diri ini yang menjadikan pembeda dengan antara satu orang dengan yang lain. Dengan artian, Konsep Diri yang menjadi gambaran keseluruhan dari kemampuan dan karakter Wanita Muslimah Kabupaten Padang Lawas.

D. Pembahasan Secara Struktural

Berdasarkan hasil dari pengujian dan analisis terkait penelitian yang berjudul analisis perilaku konsumtif Pegawai Wanita Muslimah Kab Padang Lawas dengan gaya hidup sebagai variabel *intervening*. yang telah dilakukan oleh peneliti. Peneliti menemukan bahwa secara parsial lingkungan sosial

tidak berpengaruh langsung terhadap gaya hidup, budaya, religiusitas dan konsep diri berpengaruh secara langsung terhadap gaya hidup. Selanjutnya lingkungan sosial tidak berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif sedangkan untuk budaya, religiusitas dan konsep diri berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, secara tidak langsung lingkungan sosial juga tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup dan budaya, religiusitas, konsep diri berpengaruh secara tidak langsung terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup.

Temuan penelitian ini mengidentifikasi bahwa setiap pegawai dianjurkan untuk lebih mengutamakan mencari rahmat Allah dan selalu memikirkan masa depan dengan adanya keseimbangan antara konsumsi dan *saving* dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Jangan seperti Pepatah mengatakan “lebih besar pasak daripada tiang” berlaku disini. Terkadang apa yang di tuntutan oleh pegawai wanita diluar kemampuannya. Hal ini menyebabkan pegawai wanita yang mengeluh saat mereka mulai memasuki dunia modern.

Teori dasar dalam penelitian ini adalah teori *consumer behavior* (perilaku konsumsi). Penelitian ini menemukan bahwa pegawai wanita muslimah kab Padang Lawas dalam melakukan perilaku konsumtifnya, masih jauh dari etika konsumsi yang telah dianjurkan oleh Islam dengan sebagaimana semestinya, seorang ulama besar Mesir, Yusuf al-Qardhawi dalam kitabnya yang terkenal yaitu *Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishadil Islmi* terjemahan norma dan etika konsumsi Islam terdapat bukti yang menunjukkan terhadap konsumsi mengatakan bahwa Dalam melakukan konsumsi di perbolehkan penggunaan segala yang baik dan yang menyenangkan serta melarang penggunaan segala yang baik dan membahayakan. Karena menghormati selera dan kebiasaan individu, kebebasan sepenuhnya diberikan dalam menikmati apa yang diharamkan, sedangkan konsumsi dianggap merugikan masyarakat umum, dan pemborosan nasional, tidak diperbolehkan. Perintah wajib membelanjakan uang tercantum setelah anjuran beriman kepada Allah dan Nabi-Nya. Menurut Islam harta

hakikatnya adalah milik Allah SWT. Namun karena Allah telah menyerahkan kekuasaannya atas harta tersebut kepada manusia, maka perolehan seseorang terhadap harta itu sama dengan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memanfaatkan serta mengembangkan harta, anatara lain adalah karena menjadi miliknya. Sebab karena seseorang memiliki harta, maka esensinya dia memiliki harta hanya untuk di manfaatkan.

Dalam penelitian ini ditemukan lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap gaya hidup, yang seharusnya terus dipertahankan karena bagaimanapun lingkungan sekitar sangat menggoda untuk melakukan konsumsi bahkan cenderung mengikuti gaya hidup yang terlalu berlebihan tidak baik karena segala sesuatu yang berlebihan dalam Islam tidak baik, Islam juga sangat menganjurkan hidup secara kesederhanaan akan tetapi tidak menyikapi dan tidak menjadi kikir kepada diri sendiri dan sesama manusia yang lainnya.

Temuan yang lain yang tidak kalah penting dalam penelitian ini ialah, temuan ini menemukan tipe-tipe pegawai wanita muslimah berdasarkan ragam jenisnya, yaitu:

1. Pegawai wanita berdasarkan lingkungan sosial

Tipe pegawai wanita muslimah berdasarkan menjalankan lingkungan sosial termasuk dalam tipe yang rasional. Tipe rasional adalah suatu konsep yang sifatnya normative yang merujuk pada keselarasan antara keyakinan seseorang dengan alasan orang tersebut untuk yakin, atau tindakan seseorang dengan alasannya untuk melakukan tindakan tersebut, dengan kata lain bertindak secara rasional merupakan perwujudan berdasarkan pertimbangan yang baik dan untuk tujuan yang baik. Dalam ekonomi Islam terkait dengan perilaku terdapat juga rasionalisme atau asumsi rasionalitas adalah anggapan bahwa manusia berperilaku secara rasional (masuk akal), dan tidak akan sebegitu membuat keputusan yang akan menjadikan mereka lebih buruk lagi.

Adapun Pegawai wanita Kab. Padang Lawas sendiri sangat mementingkan lingkungan sosial, utamanya lingkungan sosial intinya

yaitu keluarga, dengan adanya pemikirann seperti ini yang membuat pegawai wanita untuk berpikir dua kali untuk melakukan pembelian yang diluar rasional bagi yang sudah yang berumah tangga, akan tetapi untuk yang masih gadis beda lagi biasanya anak gadis ini yang cenderung lebih konsumtif hal ini pun didasari dengan adanya keinginan untuk selalu tampil sesuai dengan perkembangan zaman sekarang. Wanita memang sangat penuh perasaan bahkan dalam mengenakan barang pun wanita terkadang masih memikirkan status sosialnya. Hal ini menjadi tugas bagi pegawai wanita muslimah untuk terus melanjutkan tindakan yang rasional dalam hal apapun. bisa dimulai untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah agar terus terarah ke hal yang lebih baik lagi. Melek akan perkembangan globalisasi sekarangnya memang perlu, akan tetapi sebagai pegawai wanita harus bisa menjaga diri, fakta yang terlihat di kab. Padang Lawas banyaknya pegawai wanita yang berlomba-lomba dalam mengikuti trend, dan tidak sedikit juga yang bisa menyeimbangkan diri akan perkembangan gaya hidup seperti saat ini.

2. Pegawai wanita muslimah berdasarkan budaya

Tipe pegawai wanita berdasarkan budaya maka pegawai wanita merupaka termasuk yang mudah terikut akan budaya disebabkan tingginya globalisasi teknologi yang ada saat ini. Dalam istilah sosiologi manusia dan kebudayaan adalah dwi tunggal, maksudnya bahwa walaupun keduanya berbeda tetapi mereka satu-kesatuan yang akan sangat sulit untuk dipisahkan Sebagai seorang pegawai sudah seharusnya mampu menyaring dan membandingkan setiap budaya yang masuk. Peran budaya juga sangat berpengaruh unuk mengubah perilaku pegawai wanita di Kab. Padang Lawas untuk selalu melakukan pembelian tanpa memikirkan kegunaan dan seberapa lama barang tersebut bisa digunakan. Mudahnyan pegawai wanita Padang Lawas melakukan perilaku konsumtif disebabkan akan persepsi khalayak yang menjadi acuan baginya untuk mengubah cara pemikiran dan penampilan sesuai yang sedang trend masakini, sebagain

orang sangat menganggap bahwa seorang pegawai yang memiliki gaji bulanan cenderung akan membeli barang mewah.

Sejalan dengan adanya polusi kebudayaan, konsumerisme juga tersebar, utamanya di kota-kota besar di Indonesia tidak terkecuali di daerah seperti Kab. Padang Lawas. Didalam modernisasi terselip konsumerisme, yang mengajak orang untuk menjadi konsumtif supaya layak disebut modern budaya konsumerisme mengakibatkan orang untuk berbuat boros, tidak produktif dan hanya memberikan kesadaran palsu kepada masyarakat. Budaya ini hanya menghargai orang sebanyak apa dia mengkonsumsi. Semakin banyak barang yang dibeli oleh seseorang semakin besar ia akan di hargai, supaya mendapat penghargaan orang rela membeli barang-barang yang sebetulnya tidak terlalu dia perlukan atau diluar kemampuannya. Dalam budaya kita konsumsi akan mengakibatkan orang terjebak dalam kehidupan yang tidak seimbang.

Hal inilah yang menjadi sebab banyaknya pegawai wanita melakukan perilaku konsumtif yang didukung oleh iklan di sosial media yang membuat pegawai wanita yang amat mudah terbuju iklan akan cenderung boros, dalam menggunakan uangnya, serta senang mengikuti trend, sehingga dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar. Akhirnya pegawai wanita kurang terkontrol dalam mengatur keuangannya dalam hal ini pengetahuan tentang literasi keuangan sangat perlu penting untuk diketahui pegawai wanita Kab. Padang Lawas. Gaya hidup hidup yang kian mengarah mewah tidak hanya bisa dilihat di perkotaan saja akan tetapi di daerah seperti Kab, Padang Lawas juga sudah sangat terkontaminasi dengan budaya hidup boros. Semakin mewah gaya hidup dan hedonism maka akan meningkatkan perilaku konsumsi yang sifatnya irasional. Sebaliknya menurunnya gaya hidup, akan menurunkan pula perilaku konsumtifnya artinya perilaku konsumsinya akan rasional. Fakta yang terlihat di kab. Padang Lawas banyaknya pegawai wanita muslimah membudayakan sistem kredit yang terkadang gaji yang mereka terima setiap bulan tidak menutupi,

disebabkan tingginya mobilitas gaya hidup yang terjadi yang pada kenyataannya, karena tidak adanya rasa syukur akan barang dimiliki, dan kepuasan pada satu barang tertentu.

3. Pegawai wanita muslimah berdasarkan religiusitas

Tipe pegawai wanita muslimah berdasarkan religiusitas sangat berperan dalam kehidupan setiap individu sebagai suatu sistem nilai yang memuat norma-norma tertentu. Agama seseorang sangat berpengaruh untuk memotivasi dalam mendorong individu untuk melakukan suatu aktivitas, karena perbuatan yang dilakukan berdasarkan latar belakang keyakinan di nilai mempunyai unsur kesucian, serta ketaatan agama dalam kehidupan. Hal ini sangat positif bagi pegawai wanita muslimah kab. Padang Lawas yang merupakan menganut mayoritas menganut Agama Muslim.

Dengan adanya nilai- nilai dan moral yang sudah tertanam dalam diri pegawai wanita muslimah kab. Padang Lawas maka akan sangat mudah untuk mempraktikan sifat yang dermawan, karena pegawai wanita muslimah kab. Padang Lawas sedari dini sudah mengetahui bahwa sifat boros itu adalah saudara bagi setan, dan disebabkan adanya pondasi keimanan yang kuat yang membuat pegawai wanaita bisa berpikir dengan jernih dalam menghadapi situasi perkembangan zaman . Dalam perspektif ekonomi Islam seharusnya setiap individu dapat mengontrol dari perilaku konsumtif, dan lebih mementingkan *maslaha mursaha* sehingga acuan dalam memenuhi kebutuhan bukan didasarkan pada keinginan saja, tetapi harus dengan kesesuaian dengan ajaran agama. ekonomi Islam tidak hanya dilihat dari segi pemanfaatannya saja, tetapi meliputi kehalalan zat yang dikonsumsi, cara memperoleh dan dampaknya terhadap kehidupan manusia. Perilaku konsumtif bukan saja berdampak pada ekonomi namun juga pada kehidupan sosial. Perilaku konsumtif ini hampir terjadi pada semua lapisan masyarakat. Tidak hanya pada kalangan orang-orang tinggi seperti (pejabat, pengusaha, dan PNS). Perilaku konsumtif ini kan terus ada dan mengakar dalam gaya hidup, sedangkan hidup sendiri terjadi pada

semua lapisan masyarakat.

Sebagian besar pegawai muslimah kab. Padang Lawas terlihat lebih royal dikarenakan sebagian dari pegawai tersebut memiliki pendapatan sampingan diluar daripada gaji, hal inilah yang memicu untuk terus melakukan impulsive buying, dan sebagai hanya memiliki gaji saja akan tetapi gaya hidup yang dicerminkan tidak sesuai dengan pendapatan dengan pengeluaran, seharusnya adanya keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran.

Seorang muslim dengan tingkat religiusitas yang tinggi akan berusaha untuk menjalankan Islam secara kaffah (menyeluruh). Menurut Syafi'I Antonio, Islam *kaffah* haruslah mencakup seluruh aspek kehidupan, baik bersifat ibadah maupun sosial kemasyarakatan (muamalah). Ibadah diperlukan untuk menjelaskan hakikat hidup manusia sebagai hamba Allah maupun khalifah di muka bumi, sedangkan untuk muamalah merupakan *rules of game* bagi manusia dalam kehidupan sosial budaya tanpa memandang muslim non-muslim, kaya-miskin, dan sebagainya. Aspek muamalah tersebut mencakup antara lain politik Islam, ekonomi Islam, budaya Islam, hukum Islam merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan agar bisa menjalankan kehidupan Islami secara *kaffah* atau dengan kata lain agar dapat dapat berIslam secara *kaffah* maka perekonomian seseorang harus didasarkan pada ekonomi Islami.¹⁴⁰

4. Pegawai wanita berdasarkan konsep diri

Tipe pegawai wanita berdasarkan konsep diri maka pegawai wanita termasuk yang bisa mengontrol diri karena cenderung masih memikirkan untuk kebaikan diri sebagai dasar pertimbangannya. Hal ini sangat positif bagi pegawai wanita muslimah.

Kenyataannya sebahagian pegawai wanita kab. Padang Lawas belum mampu untuk bisa mengontrol diri, karena sebagian dari mereka mereka masih cenderung konsumtif, namun ada juga yang bisa

¹⁴⁰Syafi'I Antonio, Muhammad, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek* , Jakarta: Gema Insani Press, 2001, h. 2-6

mengontrol diri dengan cara *saving* dan melakukan arisan demi masa depan yang lebih baik lagi.

Idealnya bagaimanapun tipe-tipe pegawai wanita muslimah untuk bertindak dalam perilaku konsumtif harus sejalan dengan nilai-nilai norma ekonomi Islam dalam mengonsumsi. Etika konsumsi dalam Islam seharusnya diaplikasikan pada saat pegawai wanita muslimah untuk melakukan konsumsi makanan, barang jasa, dan lainnya. Dalam pandangan syariah dia seharusnya diperlakukan sebagai orang yang mampu dan orang lain seharusnya ditugaskan untuk mengurus hartanya selaku wakilnya. Sebagai seorang mukmin kita dianjurkan untuk bisa menjaga diri dalam berinteraksi, setiap individu akan menerima tanggapan. Tanggapan yang diberikan dijadikan cermin bagi individu untuk meniai dan memandang dirinya sendiri. Peran yang diukur dalam kelompok sebaya sangat berpengaruh terhadap pandangan individu mengenai dirinya sendiri. Individu yang berstatus sosial tinggi akan mempunyai konsep diri yang lebih positif dibandingkan yang berstatus sosial rendah. Konsep diri juga sangat memainkan peranan dalam mempertahankan keselarasan batin seseorang. Bila individu memiliki ide, perasaan, persepsi, atau pikiran yang tidak seimbang atau saling bertentangan, maka akan terjadi situasi psikologis yang tidak menyenangkan. Untuk menghilangkan ketidakselarasan tersebut individu akan mengubah perilaku atau memilih sistem untuk mempertahankan kesesuaian antara individu dengan lingkungannya.

5. Pegawai wanita berdasarkan perilaku konsumtif

Tipe pegawai wanita berdasarkan perilaku konsumtif pegawai wanita Kab. Padang Lawas termasuk kedalam konsumtifisme. Hal ini didasari oleh fakta yang terjadi di Kab. Padang Lawas mengenai pegawai wanita muslimah yang sangat mudah ikut-ikutan dalam hal apapun, misalnya, jika Pegawai A membeli barang baru pegawai B dan yang lainnya pasti akan melakukan pembelian yang didasari atas gengsi disebabkan tidak mau kalah dari yang lainnya, tanpa disadari oleh para

pegawai perilaku konsumtif yang berlebihan membawa kesulitan dengan terutama bagi pegawai biasa yang pengeluarannya tidak sesuai dengan pemasukan bulanan yang dihasilkan mereka. Pegawai wanita yang juga berpola hidup boros sering terjebak dalam hal hutang-piutang dikarenakan perilaku konsumtif yang berlebihan yang mereka lakukan. Para pegawai yang berharap bahagia dengan cara hidup mengikuti trend, seringkali terjebak dalam perilaku menyimpang lainnya, dengan adanya juga kemudahan pembayaran dan penggunaan kredit card seperti saat ini memudahkan para pegawai untuk melakukan pembelian, karena adanya pemikiran setiap pembelian yang dilakukannya bisa ditutupi dengan gaji tanpa memikirkan bagus atau tidaknya barang yang dibeli, disebabkan harga mahal yang membuat pegawai wanita untuk membelinya karena dengan mengenakan barang dengan merek terkenal akan membuat rasa percaya diri yang tinggi dan adanya penghargaan terhadap dirinya, dikarenakan semua yang dia kenakan hasil dari kerja kerasnya.

Islam memang sangat melarang perbuatan yang melampaui batas, termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkan tanpa faedah serta manfaat hanya memperuntukan nafsu semata, Allah akan sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas, akan tetapi Allah juga tidak melarang setiap hambanya untuk menikmati hasil dari kerja kerasnya dan berada dibatas jalur, karena sebagian dari harta yang kita miliki ada hak orang lain. Dalam konteks itulah, Allah melarang untuk bertindak *israf* (boros), pelarangannya terhadap bernewah-mewahan dan bermegah-megahan, dan lain-lain. Pelarangan *israf* ini karena banyak menimbulkan efek buruk pada manusia. Di antaranya adalah tidak efisien dan efektif dalam pemanfaatan sumber daya, egoism, mementingkan diri sendiri (*self-interest*), dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri. Oleh sebab itu dalam menghapus perilaku *israf*, Islam memerintahkan: 1). Memprioritaskan konsumsi yang lebih

diperlukan dan bermanfaat, 2) menjauhkan konsumsi yang berlebihan-lebihan untuk semua jenis komoditi.

6. Pegawai wanita berdasarkan gaya hidup

Tipe pegawai wanita berdasarkan gaya hidup juga termasuk yang mengikuti zaman, banyaknya pegawai saat ini yang menjadi korban gaya hidup. Era globalisasi dan modernisasi merupakan suatu hal yang datang dapat berbagai negara-negara di dunia khususnya dari berbagai aspek kehidupan. Salah satu dampak negative dari era globalisasi adalah munculnya gaya hidup yang hedonis dikalangan masyarakat indonesia, *fashion* yang sudah melekat pada masyarakat era modern saat ini, dimana orang hanya fokus dan memperhatikan penampilan, dan penampilan menjadi nomor satu sebagai standart orang-orang saat ini, berbelanja merupakan suatu aktivitas yang digemari oleh kaum perempuan.

Dalam berkonsumsi, Islam melarang umatnya untuk hidup secara *israf*, tetapi Islam mengajarkan untuk hidup secara proporsional. Gaya hidup yang hedonis yang kemudian membawa pada perilaku konsumtif tentu akan merugikan diri sendiri dan orang lain. Perilaku konsumtif membawa pada konsumsi yang berlebihan yang melebihi batas kemampuan keuangan (pendapatan) yang dimiliki sekarang. Jika dalam ekonomi konvensional, manusia disebut rasional secara ekonomi jika selalu memaksimalkan utility untuk konsumen dan keuntungan untuk produsen, maka dalam ekonomi Islam, seorang pelaku ekonomi, baik produsen maupun konsumen akan selalu berusaha memaksimalkan mashlahah. Konsep rasionalitas dalam ekonomi Islam diarahkan sebagai dasar perilaku kaum muslimin yang mempertimbangkan kepentingan diri, sosial, dan pengabdian kepada Allah. Dalam perspektif ekonomi Islam ada penyeimbang dalam kehidupannya, yang tidak ada di ekonomi konvensional. Penyeimbang dalam ekonomi Islam ini secara jelas dan berulang-ulang agar sebagian hartanya dibagikan kepada orang lain dalam bentuk zakat, sedekah dan infaq.

Adapun gaya hidup pegawai wanita yang terjadi Di kab. Padang lawas merupakan cenderung ke hal yang mewah, misalnya dengan mengenakan barang yang branded sudah sangat lumrah dikalangan para pegawai saat ini, dan terciptanya masyarakat yang berkolompok-kelompok dengan kata lainnya adanya arisan yang menghasingkan kelompok pegawai yang lain karena tidak dianggap sosialita, gaya hidup nongkrong juga sudah sangat lumrah terjadi dikalangan pegawai saat ini dan ketika pegawai wanita ada dalam suatu perkumpulan setiap individu selalu ingin mengenakan barang mahal untuk menunjang kepercayaan dirinya dan tidak ingin sama dengan yang lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji analisis data yang diolah dengan bantuan program spss versi 20.0 serta pembahasan yang sudah dijabarkan oleh penulis, didapatkan kesimpulan bahwa:

1. Lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku Konsumtif pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas.
2. Budaya berpengaruh terhadap perilaku Konsumtif pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas
3. Religiusitas berpengaruh terhadap perilaku Konsumtif Pegawai Muslimah Kab. Padang Lawas
4. Konsep diri berpengaruh terhadap perilaku Konsumtif Pegawai Muslimah Kab. Padang Lawas
5. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku Konsumtif Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas
6. Lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap gaya hidup pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas
7. Budaya berpengaruh terhadap gaya hidup Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas dengan
8. Religiusitas berpengaruh terhadap gaya hidup pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas dengan
9. Konsep Diri berpengaruh terhadap gaya hidup Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas
10. Lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas.
11. Budaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas.
12. Religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas.

13. Konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas.

B. Saran

Berdasarkan analisis data serta kesimpulan yang telah dijabarkan, penulis memberikan saran dan masukan bagi pihak yang terkait dengan harapan dapat memberikan manfaat. Adapun saran yang penulis berikan yaitu:

1. Bagi penulis sebaiknya bisa mengembangkan serta menerapkan ilmu pengetahuan baik dalam ekonomi umum yang berbasis Islam.
2. Bagi pegawai wanita muslimah Kab. Padang Lawas untuk lebih memperhatikan lingkungan sosial yang mengarahkan kearah yang lebih positif. Untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan indikator yang ada dalam lingkungan sosial. Selain itu hendaknya pegawai mampu membentengi diri dengan prinsip dan keyakinan terhadap mana hal yang baik dan mana yang buruk, sehingga tidak mudah terpengaruhi oleh lingkungan sekitar terutama dari pengaruh yang membawa pada perilaku menyimpang.
3. Bagi pegawai wanita muslimah Kab. Padang Lawas diharapkan untuk membudayakan budaya sendiri yang baik daripada mengikuti budaya asing yang membawa pengaruh negative. Dalam mengonsumsi barang atau jasa suatu komoditas perlu untuk memperhatikan bahan-bahan yang digunakan apakah barang tersebut halal atau tidak untuk dikonsumsi konsumen muslim, dan sebagai seorang pegawai muslimah untuk meninggalkan budaya *israf* dan *tabzir* dalam hal yang tidak ada faedahnya dan lebih meningkatkan budaya saling membantu bahu membahu sesama Pegawai Muslimah Kab. Padang Lawas agar terwujudnya kebahagiaan dalam setiap kebersamaan dan tidak ada yang merasa terasing di dalam kelompok lingkungan kerja.
4. Penulis harapkan kepada pegawai wanita muslimah Kab. Padang Lawas untuk lebih mengikutsertakan agama dalam setiap pengambilan keputusan, karena dalam Islam sifat boros itu tidak baik. Dan dalam

ekonomi diharuskan lebih mendahulukan kebutuhan daripada keinginan. Dan bagi lembaga yang menaungi pegawai untuk terus meningkatkan kegiatan keagamaan dalam setiap aktivitas, serta adanya kegiatan untuk menyisihkan pendapatan untuk membantu para honorer, yang merupakan gajinya masih minim.

5. Penulis berharap kepada pegawai wanita muslimah Kab. Padang Lawas untuk lebih bijak dalam mengendalikan diri kearah yang lebih baik. Bagi lembaga yang menaungi setiap pegawai wanita muslimah untuk mengadakan kegiatan rutin untuk dilaksanakan dalam pembentukan konsep diri pegawai. Hal tersebut masih kurangnya kegiatan internal yang dilakukan untuk meningkatkan konsep diri pegawai muslimah. Dalam Islam setiap manusia dianjurkan untuk bisa menjaga, agama, diri, harta, keturunan dan akal, dalam hal ini konsep diri yang kuat diperlukan agar tidak mudah goyah.
6. Pegawai hendaknya membuat rencana anggaran diluar kebutuhan, dan menyesuaikan sesuai alokasi pengeluaran kebutuhan dengan anggaran yang dimiliki dan melakukan pembelian atas kebutuhan bukan keinginan.
7. Para pegawai juga perlu mempertahankan gaya hidup yang sederhana dengan sebisa mungkin menjauhkan diri dari gaya hidup yang hedonis hanya karena gengsi dan mengharapkan pujian dari orang lain semata.
8. Bagi akademisi, jika ingin meneliti penelitian selanjutnya sebaiknya menganalisis faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalah (Hukum Perilaku Islami)*, (Yogyakarta: UII Press, 2000)
- Aulia Annaisabiru, Defenisi Dan Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Dan Penawaran, <https://Blog.Ruangguru.Com> di unduh 27 Januari 2021
- Ahmad Azhaar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalah (Hukum Perilaku Islam)*, Yogyakarta;Uii Press,2006
- Annamaria Lusardi & Olivia S. Mitchell, “ *Financial Literacy Among The Young*, *The Journal Of Consumers Affair*, 2010 VOl 44, No 2.
- Adi Subroto, *Orientasi Nilai Orang Jawa Serta Ciri-Ciri Kepribadiannya*, (Yogyakarta; Fakultas Psikologi Ugm,1987)
- Ahyadi, *Psikologi Agama*, (Bandung: Martina, 1981)
- Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*, (Medan: Febi Uin-Sun Press,2016)
- Almalia, *Sinergitas Pendidikan Dan Pendapatan Dalam Strategi Manajemen Keuangan Keluarga Ditinjau Dari Perpektif Ekonomi Islam*
- Bambang Widjajanta, Aristanti Widyaningsih, *Mengasah Kemampuan Ekonomi*, Bandung, Citra Praya, 2007
- Badan pusat statistic
- CNN Indonesia, <https://gaya-hidup/alsan-generasi-milenial-lebih-perilaku-konsumtif> di unduh 04 maret 2021
- Cecilia Octaviani, And Sandi Kartasasmita, *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Kosmetik Pada Wanita Dewasa*, Jurnal, Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni, 2018
- Dewi Aprilia Dan Hartoyo, *Analisis Sosiologis Perilaku Onsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung*, Vol. 15 No. 1 (2013)
- Departemen Agama Ri, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, (Bandung: Syamil Cipta Media, 2005)

- Danu Damarjati, <https://News.Detik.Com/> Berita Survey 34 Negara Indonesia Paling Religius Di Akses Pada Tanggal 28-1-2021
- Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006)
- Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009)
- Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006)
- Didem Kurta, J. Jeffrey Inmanb Dan Francesca Ginoc, “*Religious Shoppers Spend Less Money,*” *Journal Of Experimental Social Psychology*, Vol. 78 (2018)
- Dita Rahayu, *Pengaruh Control Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Sains Dan Teknologi Angkatan 2015 UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG*, 2017
- Dhianny Nadya Utami, *Nilai Tukar Terhadap Dollar As Hari Ini, Selasa 9 Februari 2021*, *Berita Bisnis.Com* di unduh 28 Desember 2020
- David Chaney, *Gaya hidup: Sebuah Pengantar Komprehensif* (yogyakarta: Jalasutra, 2004)
- Ependi, *Pengaruh Prndapatan Dan Gaya Hidup Teerhadap Konsumsi Masyarakat*, (Univesitas Pendidikan Indonesia, 2014)
- Engel, J.F., Blackwell, R.D Dan Miniard, P.W, *Perilaku Konsumen*, Jiid-1, Jakarta: Binarupa Aksara Publisher, 2010
- Fordebi, Adesy, *Ekonomi Dan Bisnis Islam* Cetakan-1, Jakarta: Pt. Raja Graindo, Persada, 2016)
- Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Edisi Revisi*, Yogyakarta: Kanisus, 2003
- Gozhali H.I, *Aplikasi Analisis Multivariade Dengan Program Spss*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro, 2009), Cetakan Iv
- Haroni Doli H Ritonga, *Pola Konsumsi Dalam Perspekktif Ekonomi Islam*, *Jurnal Umum*, 13,3 (2010)
- Huriyatul Akmal Dan Yogi Eka Saputra, *Analisis Tingkat Literasi Keuangan (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, Vol 1, Nomor 2
- I Gusti Putu Hendra Suantara¹, Dk, *Pengaruh Selera Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kabupaten Buleleng*, Vol:4 No:1 Tahun 2014

- Imam Ghozali, *Analisis Multivariate Program Ibmsspss 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro,2013)
- Joseph Robert Daniel, <https://theconversation.com/gaya-hidup-konsumtif-akibat-majunya-perekonomian-indonesia-semakin-menyisihkan- miskin> di unduh 04 maret 2021
- Ihkwani Ratna, Hidayati Nasrah, *Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Proponsi Riau*, Vol XIV NO.2 Desember Th. 2015
- James S Coloman, *Dasar-Dasar Teori Sosial*, Cet Iv,(Bandung: Nusa Media,2011)
- Joseph Robert Daniel, <https://theconversation.com/gaya-hidup-konsumtif-akibat-majunya-perekonomian-indonesia-semakin-menyisihkan- miskin> di unduh 04 maret 2021
- Joseph F.Hair, At Al, *Overview Of Multivariate Methods*, (Amerika: Pearson, 2014).
- Jhon C. Mowen Dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*,(Jilid 1, Edisi Ke-5(Terjemahan), Erlangga: Jakarta,2002),
- Jogiyanti, *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman* (Yogyakarta: Bpfe-Yogyakarta,2007)
- Kahmad& Dadang, *Sosiologi Agama*,(Bandung:Rosdakarya, 2002)
- Kotler, Philip Dan Amstrong, Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Kosim, *Learning More Economics 1*, (Bandung: Grafindo Media Pratama,2014)
- Lamawati, Yulna, Dan Rika, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Selera Konsumen Terhadap Pembelian Ulang Beras Sipulau Di Kejongan 3 Pangian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variable Intervening*, (Stikip Pgri Sumatera Barat, 2017)
- Lia Indriani, *Pengaruh Pendapat, Gaya Hidup, Dan Jenis Kelamin Terhadap Tingkat Konsumsi Masiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*,2015
- Lusardi A. & Mitchell O.S *Financial Literacy Among The Young, The Journal Of Consumers Affair*, 2010 Vol. 44, No. 2

- Lokakata. <https://lokakata.id/pertumbuhanekonomi-indonesia> di unduh 05 Maret 2021
- Mumammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*,(Jakarta: Grafindo Persada, 2006)
- Mutia Faujia, *Perilaku Konsumtif Masyarakat Turut Sebabkan Rupiah Anjlok Diakses* Dari [Http://Amp.Kompas.Com/Nomi/Read/2018/09/06/170057026](http://Amp.Kompas.Com/Nomi/Read/2018/09/06/170057026) di unduh 15 Januari 2021
- Ma'zumi Taswiyah & Najmudin, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional*, Vol-34, No. 2 2017
- M. Nur Rianto Al Arif Dan Euis Amalia, *Toeri Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*
- Maman, *Metodologi Penelitian Agama: Teori Dan Praktik*,(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006)
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: Pt. Era Adicitra Intermedia, 2011
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Almisbah Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta:Lentera Hati,2002)
- M. Suparmoko, *Teori Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Bpfe, 2011),
- Moch. Zakki Zahriyan, *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Terhadap Uang Pada Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga*, *Jurnal*, Stie Perbanas, Surabaya
- Margaretha, Farah Dan Sari, M,S, *Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi*, *Jmk*, Volume 17 No. 1, 2015
- Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumtif Perspektif Gaya Hidup Hedonism Pada Motif, Tujuan Dan Kriminan*, Pranada media Group, Jakarta, 2003
- Nanga Muana, *Makro Ekonomi, Teori, Masalah Dan Kebijakan*, Edisi Kedua, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005)
- Oecd, *Pisa Results: Students And Money Financial Literacy Skills For The 21st Century (Volume Vi)*,Pisa,Oecd Punlishing, 2014
- Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*, Jakarta, 2013

- Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 1 (Jakarta: Prenhalindo, 2002)
- Puti Yasmin, Detik.Com, *Agama Terbesar Di Dunia 2020 berdasarkan Umlah Pemeluknya*, <https://News.Detik.Com/Berita/D-5279850> di unduh pada 28 Januari 2021
- Pattinasarany, G.D.V, *Salvatore Analisis Paritas Daya Beli Di Indonesia Periode 1989:11-1996:7 Ekonomi Dan Keuangan Indonesia*, Jakarta:Lpem Fakultas Ekonomi Universitas Indoneia, 1997
- Pipit Ika Ramadhani, *Nilai Impor November 2020 Tercata Usd 12,66 Mayoritas Barang Konsumsi*, Liputan 6 di unduh 24 Januari 2021
- Rangkuti, Freddy, *Measuring Pelanggan Satisfaction, Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus Pln-Jp* Edisi Ketiga, Pt. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002
- Ratna Sukmayanti, Dkk, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta, Pt Galaxy Puspa Mega,2008)
- Rine Rachmania, *Penggambaran Gaya Hidup Muslimah Urban Dalam Majalah Dan Scraf, Commonine Departemen Komunikasi*, Vol 4 No 2, Universitas Airlangga
- Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi Dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bima Grafika,2004)
- Ritzer G, *Sosiologi Ilmu Sosial Berparadigma Ganda*, Jakarta: Penerbit Cv Rajawali,2010
- Risriyanti Prasetyo Dan Jhon J.O.I Lhalauw, *Perilaku Konsumen*,(Yogyakarta: Andi Offset, 2006)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Kuantitatif Dan R&D*, (Bandung Alfabeta, 2015)
- Syahrum Dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012)
- Syofian Siregar, *Statistic Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:Pt. Bumi Aksara,2013)
- Silvya L. Mandey, *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Vol. 6 No. 1 2009

- Savitri Putri, *Pengaruh Norma Subyektif, Religiusitas, Dan Self Control*,
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor:Ghalia Indonesia,2011)
- Sadono Sukirno, *Pengantar Ekonomi Makro*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,1995)
- Soemarso S R, *Perpajakan Pendekatan Komprehensif*, (Jakarta:Salemba Empat,2017)
- Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar,Edisi Ke-3*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2013)
- Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan*, (Bandung: Alfabeta,2002)
- Swa co. id/https: berita baca/ fenomena-perilaku0konsumtf-baik-buruk, diunduh 04 maret 2021
- William A. Mceachern, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Www.Sirclo.Com Apa Yang Menyebabkan Perilaku Konsumtif Di Indonesia ? di unduh 27 Januari 2021

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Zuhria Husnia Hsb
2. Nim : 3004193051
3. Tempat Tanggal Lahir : Sibuhuan, 14 Juli 1995
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : Lingkungan II sibuhuan
6. Email : zhusniahsb@gmail.com

7. Pembimbing I : Dr. Muslim Marpaung M.Si
8. Pembimbing II : Dr. M. Ridwan, M.A
9. Judul Tesis : Anallisis Perilaku Konsumtif Pegawai

Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas Dengan Gaya Hidup Sebagai

Variabel *Intervening*.

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

No	JENJANG PENDIDIKAN	TAMATAN TAHUN
1.	MIN SIBUHUAN	2008
2.	MTS.s NU SIBUHUAN	2011
3.	MAN SIBUHUAN	2014
4.	UIN-SUMATERA UTARA, MEDAN	2018
5.	UIN-SUMATERA UTARA, MEDAN	2021

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Perihal : permohonan pengisian angket

Lampiran : 1 Berkas

Kepada Yth.

Ibu

Di Tempat

Dengan Hormat

Dalam menyelesaikan karya ilmiah (Tesis) pada program studi Ekonomi Dan Bisnis Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Bersama ini saya mohon kesediaan ibu untuk menjadi responden penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumtif pegawai wanita Kab. Padang Lawas Dengan gaya hidup *Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus Pegawai Muslimah)”.

Untuk itu mohon kesediaan ibu mengisi angket ini berdasarkan kondisi ibu masing-masing saat ini dan apa adanya. Semua informasi yang didapatkan akan menjadi bahan penelitian secara akademis dan semua jawaban akan dirahasiakan dan tidak akan mempengaruhi organisasi terhadap kinerja ibu.

Atas kesediaan ibu meluangkan waktu membantu peneliti mengisi angket ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Peneliti

Zuhria Husnia Hsb

Identitas Responden

Nama :

Agama : A. Islam B. Kristen
C. Katolik

Umur : A. 25-35 Tahun B. 36-45 Tahun
C. 46-55 Tahun D. 56-65 Tahun

Lama bekerja : A. 1-10 Tahun B. 11-20 Tahun
C. 21-30 Tahun D. 31-40 Tahun

Pendidikan terakhir : A. SMA B. D3 C. S1 D. S2

Berdasarkan gaji ; A. Rp. 2.000.000- Rp.3.000.000 B. Rp. 3.100.000- R.p. 4.000.000

C. Rp. 4.100.000- R.p. 5.000.000 D. Rp. 5.100.000- R.p. 6.000.000 E. Lainnya

Petunjuk Pengisian Angket

1. Bacalah pertanyaan-pertanyaan dengan baik
2. Pilihlah salah satu jawaban yang memenuhi persepsi saudara dengan memberikan tanda checklist (\surd) pada kolom yang tersedia dengan keterangan.

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

1. Pernyataan Variabel perilaku konsumtif (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli beberapa produk untuk memenuhi kepuasan saya					
2.	Saya selalu membeli produk dengan berbagai merek meskipun mempunyai produk yang sama					
3.	Saya tertarik membeli barang yang ada hadiahnya. Tanpa tahu kegunaanya					
4.	Saya selalu membeli dua produk sekaligus ketika sedang bingung produk mana yang lebih bagus.					
5.	Menurut saya menggunakan produk dengan status merek yang terkenal dan mahal akan memiliki rasa percaya yang tinggi.					

2. Variabel Gaya Hidup (Z)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
6.	Saya melakukan pekerjaan yang sesuai dengan minat saya					
7.	Ketika ada waktu luang saya melakukan hoby saya					
8.	Ketika saya dalam suatu perkumpulan sosial, saya selalu ingin menggunakan barang mahal untuk menunjang kepercayaan diri saya.					
9.	Saya membeli pakaian dengan merek terkenal. Karena tidak ingin sama dengan					

	yang lain.					
10.	Saya tidak peduli dengan produk yang tahan lama yang penting mengikuti trend masakini.					

3. Variabel lingkungan sosial (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
11	Saya melakukan pembelian karena adanya desakan dari kelompok acuan saya					
12.	Belanja merupakan rasa ambisi yang memotivasi saya untuk bekerja lebih giat lagi.					
13.	Keluarga yang memotivasi saya unuk bekerja lebih gigih, karena saya akan bisa memberikan barang dengan harga yang mahal					
14.	Dalam mengenakan barang saya selalu memikirkan status sosial saya sebagai seseorang yang memiliki pendapatan.					
15.	Gaya hidup yang saya jalani cenderung mengikuti trend masakini.					

4. Variabel Budaya (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
16.	Dalam memilih produk saya selalu mendengarkan persepsi orang, yang akhirnya membuat saya tidak percaya akan keputusan saya sendiri sehingga terjadi impulsive buying.					
17.	Peran budaya sangat mengubah perilaku saya menjadi lebih sering melakukan pembelian tanpa memikirkan kegunaannya.					
18	Saya tahu dalam agama saya sikap berlebihan dilarang.					
19	Saya selalu percaya ketika saya melakukan pembelian akan membuat mood saya menjadi baik.					
20	Saya selalu menyikapi bahwa pembelian saya masih wajar karena menurut saya mampu untuk membelinya.					

5. Variabel Religiusitas (X3)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
21.	Saya menyakini bahwa sifat boros telah diatur di dalam Al-Qur'an					
22.	Saya selalu mempraktikkan sifat dermawan.					
23.	Tingkah laku saya harus mencerminkan					

	sesuai yang ada di dalam Al-Qur'an.					
24.	Saya mengetahui bahwa sifat, boros adalah saudara bagi setan.					
25.	Saya percaya bahwa perbuatan yang baik akan mendatangkan keberkahan.					

6. Variabel Konsep Diri (X4)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
26	Saya selalu ingin orang mengetahui identitas saya sebagai pegawai dari barang yang saya pakai.					
27	Sebagai pegawai barang yang bermerek sangat penting buat saya.					
28	Ketika ada perkumpulan saya selalu ingin ada pengakuan dari masyarakat mengenai diri saya.					
29	Saya selalu berharap bisa mengontrol diri saya untuk tidak selalu konsumtif					
30	Harga diri sangat penting buat saya itulah sebabnya, saya membeli dan memakai barang bermerek yang cenderung mengikuti trend masakini					

Lampiran 2

SKOR TOTAL VARIABEL PERILAKU KONSUMTIF

PERILAKU KONSUMTIF (Y)						
NO	p.y1	p.y1	p.y3	p.y4	p.y5	total
1	4	2	2	2	4	14
2	4	2	2	2	4	14
3	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	3	3	18
5	4	4	3	2	5	18
6	3	5	1	1	5	15
7	5	4	3	2	5	19
8	4	4	4	4	2	18
9	4	4	2	2	5	17
10	5	4	4	5	5	23
11	3	2	2	4	2	13
12	2	5	2	2	2	13
13	4	4	2	3	4	17
14	3	3	1	4	3	14
15	4	3	2	3	3	15
16	2	2	2	2	2	10
17	4	1	1	2	2	10
18	5	5	2	2	5	19
19	3	2	3	2	3	13
20	2	1	2	1	2	8
21	2	1	2	1	4	10
22	5	5	5	4	4	23
23	4	4	4	3	3	18
24	2	1	2	1	4	10
25	5	2	2	2	3	14
26	4	3	2	2	4	15
27	4	4	4	4	3	19
28	5	3	3	4	4	19
29	4	2	2	1	2	11
30	4	4	4	2	4	18
31	3	2	2	1	4	12
32	4	4	3	4	3	18

33	4	4	4	4	4	20
34	4	1	2	2	3	12
35	4	3	3	3	3	16
36	3	3	2	2	3	13
37	5	4	2	4	2	17
38	2	2	1	1	2	8
39	4	3	3	2	3	15
40	3	2	2	2	3	12
41	5	4	4	4	4	21
42	5	4	4	4	4	21
43	4	3	3	2	3	15
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	5	4	4	4	21
54	4	4	4	3	4	19
55	4	4	2	4	4	18
56	4	4	5	5	5	23
57	4	4	4	4	2	18
58	4	1	4	4	4	17
59	4	1	4	4	4	17
60	4	2	4	3	4	17
61	4	2	4	4	4	18
62	4	2	4	4	4	18
63	4	4	4	2	3	17
64	4	2	4	4	3	17
65	4	4	4	3	4	19
66	4	4	4	2	4	18
67	4	2	4	4	4	18
68	4	5	5	4	4	22
69	4	4	4	4	3	19

70	4	4	4	3	4	19
71	4	1	4	4	4	17
72	4	4	3	4	3	18
73	4	1	4	4	4	17
74	4	4	2	4	4	18
75	4	4	4	4	3	19
76	4	2	4	4	2	16
77	4	2	4	3	4	17
78	4	2	3	4	3	16
79	4	4	3	3	3	17
80	4	3	4	4	3	18
81	4	5	5	4	4	22
82	4	4	5	4	2	19
83	4	5	4	4	5	22
84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	4	2	18
88	4	4	4	4	4	20
89	4	5	4	5	2	20
90	5	5	5	4	4	23
91	4	5	4	4	5	22
92	4	5	5	1	4	19
93	4	4	4	4	2	18
94	4	4	3	4	4	19
95	5	5	4	4	5	23
96	4	4	3	4	4	19
97	4	4	2	2	3	15
98	4	5	5	4	4	22
99	4	3	2	3	4	16
100	4	4	4	5	4	21

Lampiran 3

SKOR TOTAL VARIABEL GAYA HIDUP

GAYA HIDUP (Z)						
NO	P.Z.1	P.Z.2	P.Z.3	P.Z.4	P.Z.5	TOTAL
1	4	4	3	3	3	17
2	4	4	4	4	2	18
3	3	3	3	3	3	15
4	4	2	4	4	4	18
5	5	4	4	3	3	19
6	5	5	5	3	5	23
7	5	5	5	4	5	24
8	2	4	4	2	2	14
9	5	5	4	2	2	18
10	5	5	4	5	5	24
11	2	4	4	1	3	14
12	2	5	4	3	2	16
13	4	5	5	5	3	22
14	3	4	4	3	4	18
15	3	4	4	2	2	15
16	2	5	5	2	2	16
17	2	4	4	1	2	13
18	5	4	5	5	5	24
19	3	5	5	3	3	19
20	2	5	4	2	2	15
21	4	5	4	2	2	17
22	4	5	5	5	4	23
23	3	4	4	2	3	16
24	4	2	5	4	4	19
25	3	5	5	3	4	20
26	4	4	4	3	3	18
27	3	4	4	2	2	15
28	4	5	4	5	4	22
29	2	4	4	1	2	13
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	3	3	18
32	3	4	4	3	2	16

33	4	4	4	4	4	20
34	3	5	4	4	2	18
35	3	4	4	3	3	17
36	3	4	4	3	2	16
37	2	4	4	2	2	14
38	2	5	5	1	1	14
39	3	4	5	3	2	17
40	3	4	4	3	2	16
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	3	5	5	3	5	21
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	2	18
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	1	17
49	4	4	4	4	4	20
50	4	5	5	4	4	22
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	5	5	4	4	22
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	3	4	19
56	4	4	4	5	4	21
57	4	2	4	4	4	18
58	4	4	4	2	4	18
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	4	20
61	4	2	4	4	4	18
62	4	4	4	4	3	19
63	4	4	4	4	3	19
64	4	4	4	4	5	21
65	4	4	4	4	3	19
66	4	4	4	4	3	19
67	4	4	4	4	3	19
68	4	4	5	4	4	21
69	4	4	4	4	3	19

70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	3	19
74	4	4	4	4	2	18
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	3	19
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	4	5	21
79	4	4	4	4	3	19
80	4	4	3	4	4	19
81	5	4	4	4	5	22
82	4	3	4	4	4	19
83	4	5	4	4	3	20
84	4	4	4	4	4	20
85	4	5	5	4	4	22
86	4	4	4	4	5	21
87	5	4	5	4	4	22
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	5	21
90	5	4	4	4	5	22
91	4	4	4	4	5	21
92	4	3	5	5	4	21
93	5	2	4	4	4	19
94	4	3	4	4	4	19
95	4	4	4	4	5	21
96	4	5	5	5	5	24
97	4	4	4	4	5	21
98	3	5	5	5	5	23
99	2	2	4	4	2	14
100	5	4	4	4	4	21

Lampiran 4

SKOR TOTAL VARIABEL LINGKUNGAN SOSIAL

LINGKUNGAN SOSIAL (X1)						
NO	P.X1.1	P.X1.2	P.X1.3	P.X1.4	P.X1.5	TOTAL
1	3	5	5	4	3	20
2	2	4	2	2	4	14
3	3	3	3	3	3	15
4	4	2	2	4	4	16
5	2	3	4	4	4	17
6	1	1	5	5	3	15
7	5	5	5	5	5	25
8	2	4	4	2	2	14
9	2	2	2	2	2	10
10	4	4	5	5	3	21
11	2	2	4	2	3	13
12	3	2	4	3	4	16
13	3	2	4	3	4	16
14	2	2	3	4	3	14
15	1	1	3	4	3	12
16	2	2	2	2	2	10
17	2	2	1	4	1	10
18	3	2	5	5	5	20
19	3	3	3	3	3	15
20	1	1	1	3	1	7
21	4	1	4	2	4	15
22	5	5	4	5	5	24
23	3	3	3	4	3	16
24	1	1	4	4	3	13
25	2	2	5	3	2	14
26	3	2	3	4	4	16
27	3	2	1	4	4	14
28	3	4	4	4	5	20
29	1	1	2	2	2	8
30	4	3	3	3	4	17
31	1	1	1	2	3	8
32	2	3	4	2	4	15

33	4	4	4	5	4	21
34	2	2	3	3	4	14
35	3	3	3	4	3	16
36	2	2	4	3	3	14
37	4	2	4	2	2	14
38	1	1	5	1	1	9
39	3	2	4	3	2	14
40	3	2	3	3	3	14
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	4	2	3	5	4	18
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	3	4	4	4	19
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20
57	5	5	4	5	4	23
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	5	4	4	4	4	21
63	4	4	4	4	4	20
64	5	4	4	4	4	21
65	4	4	4	4	4	20
66	5	4	4	4	4	21
67	5	4	2	4	4	19
68	4	5	5	5	4	23
69	4	5	4	4	4	21

70	4	2	4	4	4	18
71	5	4	4	4	4	21
72	5	4	4	4	4	21
73	5	4	4	4	4	21
74	5	4	4	4	4	21
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	2	4	4	4	18
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	4	20
80	4	5	3	4	5	21
81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	4	4	4	20
83	4	5	5	4	4	22
84	5	4	4	2	4	19
85	5	4	4	4	4	21
86	5	5	4	5	5	24
87	4	4	4	4	5	21
88	5	4	4	4	4	21
89	5	3	3	2	5	18
90	4	5	5	4	4	22
91	5	5	5	5	4	24
92	5	4	5	4	4	22
93	5	4	5	4	5	23
94	5	4	5	4	3	21
95	5	4	5	5	5	24
96	4	5	5	5	4	23
97	4	4	4	4	4	20
98	4	5	5	4	5	23
99	2	3	4	4	4	17
100	4	4	5	4	4	21

Lampiran 5

SKOR TOTAL VARIABEL BUDAYA

BUDAYA (X2)						
NO	PX2.1	PX2.2	PX2.3	PX2.4	PX2.5	TOTAL
1	3	3	3	4	4	17
2	2	4	2	4	4	16
3	3	3	3	3	3	15
4	4	2	2	4	4	16
5	4	3	3	4	5	19
6	4	1	1	1	4	11
7	3	2	2	5	4	16
8	2	2	2	5	2	13
9	3	2	2	5	4	16
10	3	4	3	4	5	19
11	2	3	2	5	5	17
12	4	2	2	5	3	16
13	4	4	2	2	3	15
14	3	3	3	5	4	18
15	2	3	3	5	4	17
16	2	2	2	5	2	13
17	2	2	2	4	2	12
18	5	3	2	5	5	20
19	3	3	3	5	3	17
20	2	1	1	5	2	11
21	4	1	1	5	4	15
22	5	5	4	5	4	23
23	4	3	3	4	4	18
24	1	1	1	5	3	11
25	4	2	2	5	4	17
26	3	3	3	4	3	16
27	3	2	3	4	4	16
28	4	3	3	5	4	19
29	2	1	1	5	4	13
30	4	3	4	4	4	19
31	3	2	2	4	4	15
32	3	3	3	5	4	18
33	4	4	4	5	4	21

34	2	2	2	5	3	14
35	4	3	3	5	3	18
36	3	3	3	5	4	18
37	4	2	2	4	4	16
38	1	2	1	5	4	13
39	3	2	2	5	4	16
40	3	3	2	4	3	15
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	5	2	3	5	4	19
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20
52	4	5	4	4	4	21
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	5	21
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	2	18
61	4	5	5	5	4	23
62	5	4	4	4	5	22
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	5	5	4	4	4	22
69	4	4	4	4	4	20
70	4	5	4	5	4	22

71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	4	20
75	4	5	4	4	4	21
76	4	5	4	4	4	21
77	4	4	4	4	4	20
78	4	5	5	4	1	19
79	4	4	4	4	4	20
80	3	4	4	4	4	19
81	5	5	5	4	5	24
82	4	4	4	4	2	18
83	4	5	4	4	4	21
84	5	5	5	5	4	24
85	5	5	4	4	4	22
86	4	4	4	4	1	17
87	5	3	4	4	4	20
88	5	5	4	4	4	22
89	5	5	5	4	4	23
90	4	5	4	4	4	21
91	5	5	4	4	4	22
92	4	4	4	4	4	20
93	3	4	4	4	4	19
94	4	3	4	4	4	19
95	4	5	5	4	4	22
96	4	4	4	4	4	20
97	4	4	4	4	4	20
98	4	5	4	4	4	21
99	3	3	2	3	3	14
100	4	4	5	4	4	21

Lampiran 6

SKOR TOTAL VARIABEL RELIGIUSITAS

RELIGIUSITAS (X3)						
NO	P.X3.1	P.X3.2	P.X3.3	P.X3.4	P.X3.5	TOTAL
1	4	5	5	5	5	24
2	4	4	4	4	5	21
3	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	5	24
6	2	5	4	5	5	21
7	5	4	4	4	5	22
8	3	4	4	5	5	21
9	5	4	4	5	5	23
10	4	5	4	4	5	22
11	4	5	4	5	5	23
12	4	4	4	4	4	20
13	5	5	4	5	5	24
14	4	5	4	5	5	23
15	4	5	3	5	5	22
16	4	5	5	5	5	24
17	5	4	4	4	5	22
18	2	5	4	5	5	21
19	2	5	5	5	5	22
20	5	4	4	4	5	22
21	4	5	4	4	5	22
22	4	4	4	5	5	22
23	4	5	4	4	5	22
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	4	20
26	4	5	4	5	5	23
27	3	5	4	5	5	22
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	5	5	5	5	24
31	5	5	5	4	4	23
32	4	5	5	5	5	24
33	4	4	4	4	4	20

34	4	4	4	4	5	21
35	4	4	4	4	4	20
36	4	5	5	5	5	24
37	4	4	5	5	5	23
38	3	2	4	5	5	19
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	5	5	22
41	5	5	4	4	55	73
42	5	4	4	4	4	21
43	2	3	3	5	3	16
44	4	4	5	4	5	22
45	4	4	5	4	5	22
46	4	4	5	4	4	21
47	4	4	5	4	4	21
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	5	2	4	4	4	19
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	5	4	4	4	5	22
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	1	17
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20
64	4	3	4	4	4	19
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	5	4	4	4	4	21
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20

71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	3	19
73	4	4	4	4	1	17
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	3	4	4	4	19
78	4	5	1	4	4	18
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	4	3	4	19
83	4	3	4	3	4	18
84	4	4	4	2	4	18
85	5	4	5	5	4	23
86	4	3	4	4	4	19
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20
89	5	4	5	4	4	22
90	5	5	5	5	5	25
91	4	5	5	4	4	22
92	4	5	5	2	2	18
93	4	4	5	4	4	21
94	4	5	5	3	4	21
95	5	4	5	5	5	24
96	3	5	4	4	4	20
97	4	4	4	5	5	22
98	4	3	5	5	5	22
99	2	3	3	3	3	14
100	5	4	4	4	4	21

Lampiran 7

SKOR TOTAL VARIABEL KONSEP DIRI

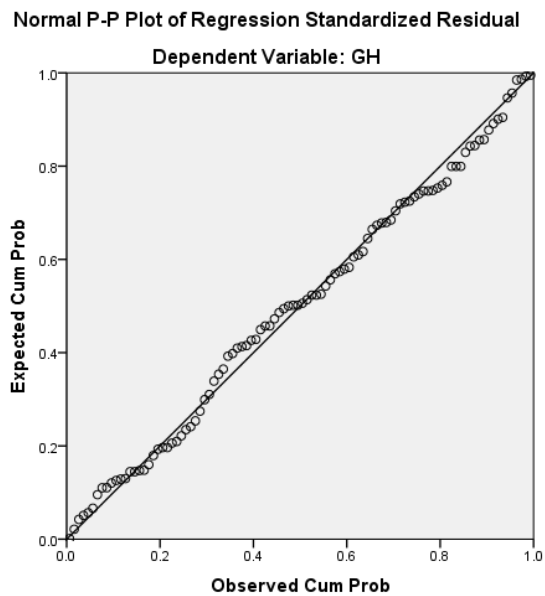
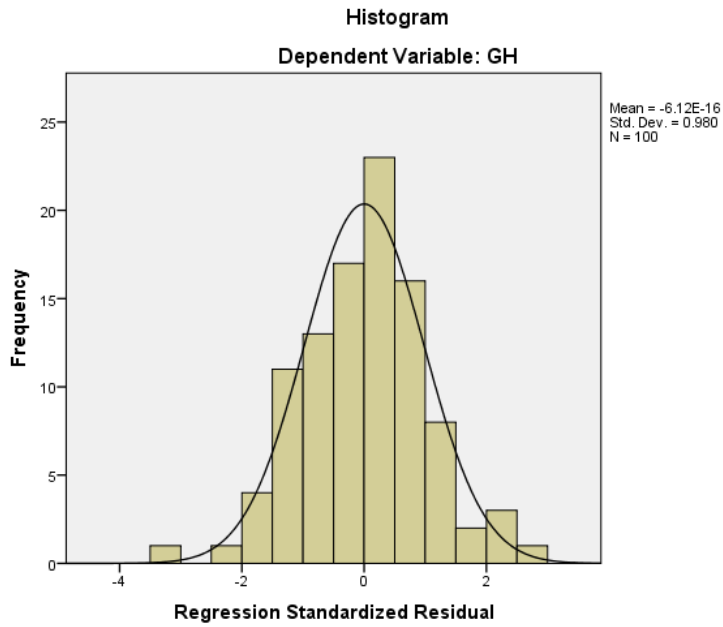
KONSEP DIRI (X4)						
NO	P.X4.1	P.X4.2	P.X4.3	P.X4.4	P.X4.5	TOTAL
1	5	2	2	4	3	16
2	4	4	3	4	4	19
3	3	3	3	3	3	15
4	2	2	3	4	3	14
5	5	3	4	3	4	19
6	5	3	4	1	4	17
7	5	4	3	4	4	20
8	5	2	2	2	4	15
9	5	2	3	2	3	15
10	5	3	4	3	4	19
11	5	2	3	4	4	18
12	5	3	3	2	4	17
13	5	3	3	3	4	18
14	4	3	4	3	4	18
15	5	1	1	1	4	12
16	5	2	2	2	5	16
17	5	2	2	2	4	15
18	5	5	5	5	5	25
19	5	3	3	3	4	18
20	5	1	1	1	4	12
21	5	1	4	1	4	15
22	5	5	5	5	5	25
23	5	2	3	2	4	16
24	5	2	3	1	4	15
25	5	2	3	2	4	16
26	4	3	3	3	4	17
27	5	2	3	4	4	18
28	5	5	5	5	5	25
29	4	1	2	1	4	12
30	4	3	3	3	4	17
31	4	2	2	2	4	14
32	5	3	3	4	4	19

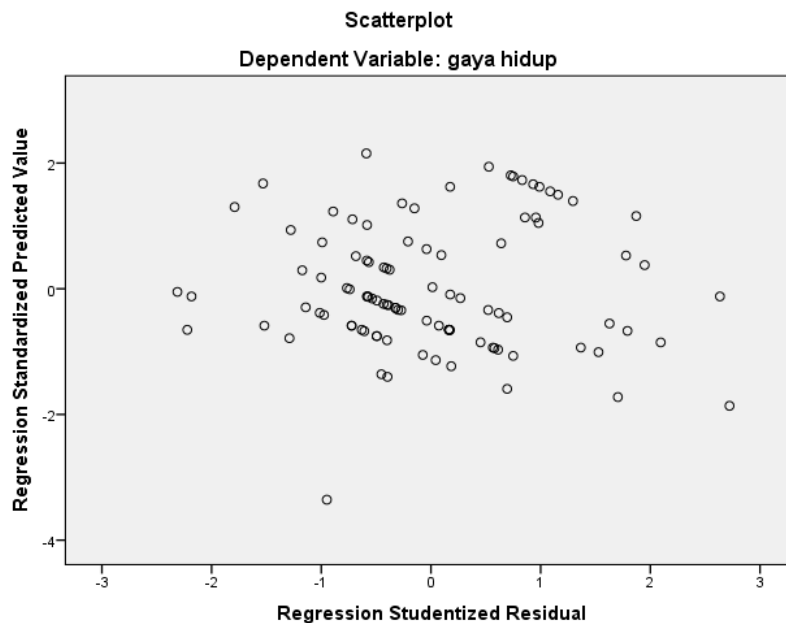
33	4	4	4	4	4	20
34	5	1	1	2	5	14
35	5	4	3	4	4	20
36	5	3	3	3	4	18
37	4	2	2	2	4	14
38	5	1	1	1	4	12
39	5	2	3	3	5	18
40	5	3	3	3	5	19
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	4	4	4	22
43	5	2	3	3	5	18
44	4	4	5	4	4	21
45	4	4	5	4	4	21
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	5	4	4	21
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	5	4	21
51	4	4	4	4	4	20
52	5	4	4	4	4	21
53	4	4	4	5	4	21
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	5	21
57	4	4	4	4	2	18
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	4	20
61	5	4	4	4	4	21
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	3	19
64	4	4	4	4	3	19
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	2	4	4	4	18
68	5	5	4	5	4	23
69	4	4	4	4	3	19

70	5	4	4	4	4	21
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	3	19
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	4	20
75	5	4	4	4	3	20
76	5	4	4	4	2	19
77	4	4	4	4	4	20
78	5	4	4	4	3	20
79	4	4	4	4	3	19
80	4	3	4	3	3	17
81	5	5	5	4	4	23
82	4	4	4	4	4	20
83	5	5	4	4	5	23
84	5	4	4	4	4	21
85	5	4	5	5	4	23
86	4	4	4	4	4	20
87	3	4	4	5	2	18
88	5	4	4	4	4	21
89	5	3	5	4	2	19
90	5	5	5	4	4	23
91	5	5	5	4	5	24
92	4	5	5	5	4	23
93	4	5	5	4	2	20
94	3	5	5	4	4	21
95	5	5	5	4	5	24
96	4	5	4	5	4	22
97	4	4	4	4	3	19
98	5	5	5	5	4	24
99	3	4	3	4	4	18
100	4	5	4	4	4	21

Lampiran 8

HASIL UJI SPSS TAHAP I





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Predicted Value	Unstandardized Residual
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	33.4800000	0E-7
	Std. Deviation	1.68621910	2.96693879
Most Extreme Differences	Absolute	.113	.094
	Positive	.113	.068
	Negative	-.067	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		1.131	.944
Asymp. Sig. (2-tailed)		.155	.335
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

Coefficients^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-4.989	1.594		-3.129	.002		
1 gaya hidup	.277	.102	.239	2.713	.008	.333	3.003
lingkungan sosial	.037	.074	.033	.504	.615	.600	1.667
budaya	.177	.095	.138	1.863	.066	.470	2.130
religiusitas	.541	.110	.422	4.937	.000	.355	2.821
konsep diri	.169	.092	.155	1.833	.070	.361	2.772

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

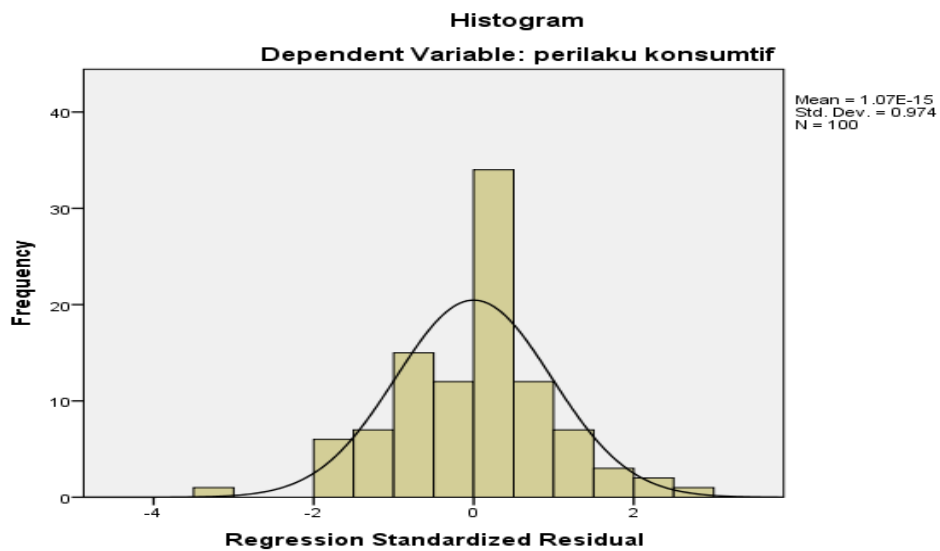
Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.870 ^a	.757	.744	1.261	1.261

a. Predictors: (Constant), konsep diri, lingkungan sosial, budaya, religiusitas, gaya hidup
b. Dependent Variable: perilaku konsumtif

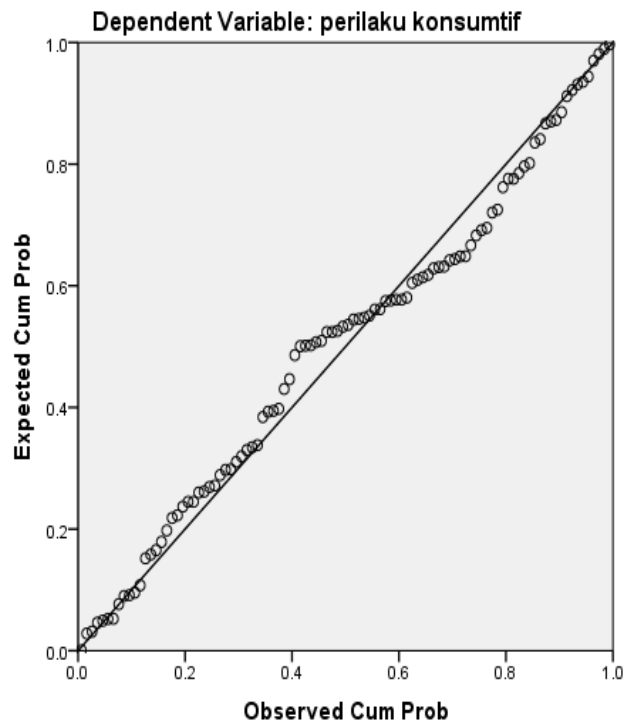
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	454.201	5	92.840	58.430	.000 ^b
	Residual	149.359	94	1.589		
	Total	613.560	99			

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif
b. Predictors: (Constant), konsep diri, lingkungan sosial, budaya, religiusitas, gaya hidup

TAHAP II



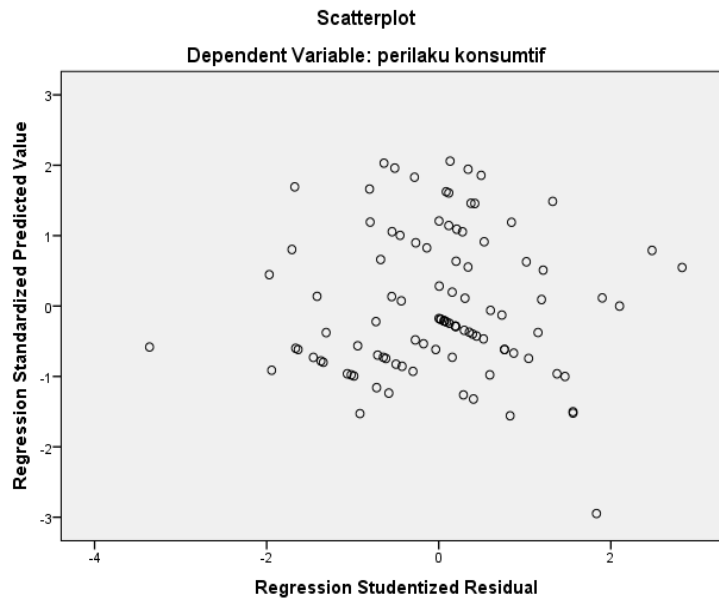
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Predicted Value	Unstandardized Residual
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	33.480000	0E-7
	Std. Deviation	1.68621910	2.96693879
Most Extreme Differences	Absolute	.113	.094
	Positive	.113	.068
	Negative	-.067	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		1.131	.944
Asymp. Sig. (2-tailed)		.155	.335
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.077	1.602		.058	.962		
1 lingkungan sosial	.166	.073	.120	.1592	.115	.616	1.624
1 budaya	.256	.092	.232	2.788	.006	.508	1.969
1 religiusitas	.292	.106	.264	2.759	.007	.383	2.611
1 konsep diri	.321	.087	.341	3.699	.000	.413	2.423

a. Dependent Variable: gaya hidup



Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.817 ^a	.667	.653	1.266	1.266
a. Predictors: (Constant), konsep diri, lingkungan sosial, budaya, religiusitas					
b. Dependent Variable: gaya hidup					

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.261	4	76.315	47.578	.000 ^b
	Residual	152.379	95	1.604		
	Total	457.640	99			
a. Dependent Variable: gaya hidup						
b. Predictors: (Constant), konsep diri, lingkungan sosial, budaya, religiusitas						