

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Bi Rahmani, N. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Febi Uin-Su Press.
- Ajiwibawani, M. P. (2015). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Al-Baqarah. (N.D.). *Q.S.*
- Al-Furqan. (N.D.). *Q.S.*
- Ancok. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Pustaka Pelajar.
- Anto, M. . H. (2003). *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Ekonosia Feuii.
- Antow, A. F. T. (2016). Pengaruh Layanan Online Shop (Belanja Online) Terhadap Konsumerisme Siswa Sma Negeri 9 Manado. *Acta Diuma, Vol.5. No.*
- Asrof, S. (2005). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Elkaf.
- Chrisnawati, D. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah). *Syria Studies, 7(1), 37–72.*
- Efferin, S. (2008). *Metode Penelitian Akuntansi*. Graha Ilmu.
- Engel Dkk. (1995). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.
- Faizah, A. (2020). Pengaruh Kemudahan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Dalam Tinjauan Teori Mcdonaldisasi George Ritzer. *Uin Sunan Ampel Surabaya, 1(1), 1–96.*
- Hartoyo, A. &. (2014). Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung). *Jurnal Sosiologi, Vol. 15, N.*
- Haryanti, S., & Irianto, T. (2003). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus. *Universitas Surakarta, 3(1), 8–14.*
- Hasan, Z. (2005). Treatment Of Consumption In Islamic : An Appraisal. *J.Ku: Islamic Economics, 18 No.2.*

- Haya, S. F., & Tambunan, K. (2022). Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (Jikem). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (Jikem)*, 1(1), 129–138.
- Imsar. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Su Medan Pengguna Electronic Money Dengan Pengendalian Diri Sebagai Moderasi. *Jurnal Darma Agung*.
- Jamaluddin, A. (2015). *Metode Penelitian Administrasi Publik Teori & Aplikasi*. Gava Media.
- Jannah, N. R. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos Di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*. 9–25.
- Kaparang, O. (2013). Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. *Revista Cubana De Medicina General Integral*, 2(5).
- Kasiram, M. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Uin Malik Press.
- Kemendikbud. (N.D.-A). *Iklan*. Kbbi Daring.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/iklan>
- Kemendikbud. (N.D.-B). *Kbbi Iklan*. Kbbi Daring.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/iklan>
- Kemendikbud.(N.D.-C).*Mo.Ti.Va.Si.KbbiDaring*.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/motivasi>
- Khairunnisa, Z. (2013). *Pengaruh Motivasi, Intensitas, Dan Persepsi Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Di Dalam Situs Jejaring Sosial Multiply*. Univesitas Sebelas Maret.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Prenhallindo.
- Kottler. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Mahdi, Anan. (2017). *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Thesis, & Disertasi*. Alfabeta.
- Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Misanan, M. (2011). *Ekonomi Islam*. Rajawali Pers.
- Misri, A. I. &. (2012). *Metodologi Penelitian Untuk Manajemen, Akuntansi, Dan*

Bisnis. Cipta Pustaka.

Moch. Irfan, A. R. (2018). Pustaka Setia Pustaka Setia. In *Sistem Informasi Manajemen*.

Mutaqin, R. (2009). *E-Commerce : Impementasi, Strategi Dan Inovasi*. Yayasan Menulis.

Nabila, W. J., Nurbaiti, N., & Harahap, M. I. (2022). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Produk Fashion Syariah: Studi Kasus Mahasiswi Febi Uinsu. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 93–10. <https://doi.org/10.47467/Elmujtama.V3i1.2265>

Nuning Kristiani. (2017). Analisis Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (Jbe)*, 24(2), 196–201.

P, Joseph. Cannon, D, Wiliam . Jr, Perreault. E, J. M. (2009). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Salemba Empat.

Priansa, D. J. (2009). *Perilaku Konsumen*. Alfabeta.

Ragil Anggriani, A. (2017). *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponsel Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Ridwan. (2005). *Belajar Mudah Penelitian*. Alfabeta.

Ridwan, M. (2018). Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. In *Repository.Uinsu.Ac.Id*. Uinsu.

Sahanaya, G. A. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sebagai Dampak Perkembangan E-Commerce Di Indonesia. *Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*, 1(1), 126–131.

Santoso. (1998). *Hubungan Antara Alienasi Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*. Ugm.

Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36. <https://doi.org/10.32812/Jibeka.V13i1.99>

Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Gramedia Pustaka.

- Solomon, M. R. (1996). *Consumer Behavior; Buying, Having And Being*. Prentice Hall Int'l Inc.
- Storey, J. (2006). *Cultural Studies Dan Kajian Budaya Pop*. Jalasutra.
- Sugiyono. (2006). *Statistika Untuk Penelitian* (Alfabeta (Ed.)).
- Sumiati. (2014). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, Dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya. *Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 1 No. 2*.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Trisuwandari, L. (2022). *Meninjau Pandangan Perilaku Konsumtif Dari Ekonomi Konvensional Dan Ekonomi Syariah*. Kumparan. <https://kumparan.com/Lindatrisuwandari/Perilaku-Konsumtif-Dari-Sudut-Pandang-Ekonomi-Konvensional-Dan-Ekonomi-Syariah-1ykhg5orlss/Full>
- Waruwu, P. E. (2022). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan. *Nursing Standard, 3(17)*, 20–20.
- Yafiz, M., Harahap, I., & Cahyanti, S. (2020). Consumption Behavior Of Bidikmisi Scholarship Students With Religiosity As A Moderating Variable. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal Of Islamic Economics And Business)*, 6(2), 239. <https://doi.org/10.20473/Jebis.V6i2.22122>
- Yulianti, I. N. (2021). (2021). Pengaruh E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam 2018-2020 Uin Smh Banten. In *Repository Uinbanten*. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten.
- Zuhriyah, D. (2020). *Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis Dan Persepsi Terhadap Iklan Produk Wardah Pada Mahasiswi Uin Raden Intan Lampung*. Repository Raden Intan.

LAMPIRAN 1

No. Responden:

1. Kuesioner Penelitian**KUESIONER PENELITIAN**

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF DALAM
BERBELANJA ONLINE DI E-COMMERCE (STUDI KASUS
MAHASISWA FEBI UINSU)**

Saya Muhammad Arif Hidayah adalah mahasiswa semester IX Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan yang sedang menyusun penelitian (proposal skripsi). Pada kesempatan ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjadi responden penelitian. Penelitian ini untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan. Adapun hasil dari penelitian ini saya gunakan untuk penyusunan bahan skripsi pada program sarjana UINSU. Data responden akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan dipakai untuk penelitian semata.

Setiap jawaban tidak ada yang benar atau salah, tetapi jawaban yang baik adalah jawaban yang sesuai dengan keadaan responden.

Atas kesediaan dan kerjasama responden untuk mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

A. Identitas Responden

Berilah tanda ceklis (√) pada salah satu pilihan jawaban dari pertanyaan pertanyaan berikut ini:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :

<input type="checkbox"/> Laki-Laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
------------------------------------	------------------------------------
3. Usia

<input type="checkbox"/> 18 tahun	<input type="checkbox"/> 21 tahun
<input type="checkbox"/> 19 tahun	<input type="checkbox"/> 22 tahun
<input type="checkbox"/> 20 tahun	<input type="checkbox"/> >22 tahun

4. Jurusan :

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Ekonomi Islam | <input type="checkbox"/> Akuntansi Syariah |
| <input type="checkbox"/> Perbankan Syariah | <input type="checkbox"/> Manajemen |
| <input type="checkbox"/> Asuransi Syariah | |

5. Stambuk :

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 2018 | <input type="checkbox"/> 2020 |
| <input type="checkbox"/> 2019 | <input type="checkbox"/> 2021 |

6. Apakah pernah berbelanja di e-commerce shopee :

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ya | <input type="checkbox"/> Tidak |
|-----------------------------|--------------------------------|

7. Penghasilan atau uang saku perbulan :

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> < Rp.1.000.000 | <input type="checkbox"/> Rp.2.000.000 |
| <input type="checkbox"/> Rp.1.000.000 | <input type="checkbox"/> > Rp. 2.000.000 |
| <input type="checkbox"/> Rp.1.500.000 | |

8. Rata-rata berbelanja di e-commerce shopee perbulan :

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 kali | <input type="checkbox"/> 4-5 kali |
| <input type="checkbox"/> 2-3 kali | <input type="checkbox"/> > 5 kali |

9. Barang apa yang biasa anda beli di e-commerce :

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Fashion | <input type="checkbox"/> Sembako |
| <input type="checkbox"/> Elektronik | <input type="checkbox"/> Alat tulis |
| <input type="checkbox"/> Peratalan rumah tangga | <input type="checkbox"/> Hobi dan Olahraga |
| <input type="checkbox"/> Produk kesehatan | |

10. Apa yang anda sukai dari berbelanja di e-commerce shopee :

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> Adanya iklan dan promo menarik seperti gratis ongkir, flash sale, diskon dsb. |
| <input type="checkbox"/> Kualitasnya yang bagus |
| <input type="checkbox"/> Pelayanannya baik |
| <input type="checkbox"/> Harga murah |

B. Pengisian Kuesioner

- Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. kepada Bapak/Ibu?Saudara(i) saya mohon dengan hormat untuk ketersediaan waktunya untuk menjawab pertanyaan didalam kuesioner ini.
2. Berilah tanda centang (√) apabila jawaban pertanyaan yang ada sesuai dengan pendapat anda.
3. Di dalam pertanyaan ini terdapat 5 jawaban, yang dimana masing masing jawaban memiliki nilai tersendiri yaitu :
 - Sangat Tidak Setuju (STS) - Setuju (S)
 - Tidak Setuju (TS) - Sangat Setuju (SS)
 - Ragu-ragu (R)

1. KUESIONER PENELITIAN

Variabel (X₁) Motivasi

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya sering ingin membeli suatu barang di shopee yang dibeli juga oleh orang lain..					
2	Saya berharap dengan membeli suatu barang dan jasa di shopee akan meningkatkan status sosial saya di masyarakat.					
3	Saya selalu membeli barang dan jasa di shopee yang membuat saya nyaman tanpa memperdulikan harga dan barang lain yang memiliki fungsi sama.					
4	Saya sering membeli barang dan jasa di shopee karena harganya yang murah walaupun tidak begitu dibutuhkan.					
5	Ketika kebutuhan dasar saya telah terpenuhi saya selalu membeli barang dan jasa yang menarik dan saya inginkan di shopee.					

2. KUESIONER PENELITIAN

Variabel (X₂) Gaya Hidup

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya sering meluangkan waktu untuk melihat-lihat produk di e-commerce shopee.					
2	Saya sering membeli produk yang mahal dan bermerk di shopee.					
3	Saya sering membeli produk di shopee untuk mengikuti trend dalam bergaya.					
4	Saya selalu membeli produk dan jasa di shopee untuk menjaga penampilan saya dimata orang lain.					
5	Saya sering membeli produk yang menyangkut dengan hobi saya di shopee.					

3. KUESIONER PENELITIAN

Variabel (X₃) Iklan

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Ketika saya tertarik dengan suatu iklan produk di shopee, saya akan membelinya walaupun barang/jasa tersebut tidak terlalu dibutuhkan.					
2	Model iklan suatu produk di shopee sering menarik saya untuk membeli produk yang ditawarkan.					
3	Apabila ada iklan yang menarik di shopee maka saya akan mencari					

	info secara detail barang yang diiklan tersebut.					
4	Ketika saya telah memperoleh informasi yang cukup tentang suatu produk yang menarik minat saya, saya akan membelinya di shopee.					
5	Saya sering tertarik ketika melihat iklan produk di shopee yang di embel-embeli dengan kata diskon, flash sale, gratis ongkir, cash back dan lain sebagainya.					

4. KUESIONER PENELITIAN

Variabel (Y) Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya menyukai dan sering membeli produk berdasarkan kemasan yang menarik dan lucu di shopee.					
2	Saya akan membeli sebuah produk di shopee apabila produk tersebut di sertai dengan promo, diskon, cash back dan sebagainya.					
3	Terkadang saya membeli suatu produk di shopee yang harganya mahal dan bermerk hanya karena gengsi.					
4	Dalam membeli produk di shopee, harga produk tidak menjadi prioritas pertimbangan utama. Saya					

	lebih focus pada mutu, kualitas dan merk dari produk yang saya beli.					
5	Saya sering membeli barang di shopee untuk membuat penampilan saya menjadi trendy, kekinian, gaul.					

Terimakasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi

Kuesioner ini



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

LAMPIRAN 2

TABULASI KUESIONER

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
2	4	5	3	3	4	4	3	4	3	4
3	5	5	4	4	3	3	3	5	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3
6	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4
7	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4
8	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
9	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5
10	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
11	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
12	5	5	4	4	3	3	3	5	4	4
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	5	5	4	4	3	3	3	5	4	4
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2
17	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	2	2	2	5	4	2	2
22	2	2	5	5	2	5	5	2	4	2
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	4	4	4	4	2	5	5	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2

87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
89	4	2	4	4	2	4	5	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
91	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3
92	3	3	3	2	3	3	5	3	3	2
93	4	5	3	3	4	4	5	4	3	4
94	5	5	4	4	3	3	5	5	4	4
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
96	3	3	4	3	4	4	5	3	4	3
97	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4
98	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4
99	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4
100	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4
2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4
5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
7	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4
8	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
9	5	4	4	4	4	3	4	1	3	4
10	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4
11	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
13	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4

44	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
45	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
46	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
48	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4
49	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
50	5	4	4	4	4	3	4	2	3	4
51	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
52	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
53	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
54	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3
55	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
57	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4
58	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3
59	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4
60	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
63	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
64	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
65	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
66	2	5	5	5	5	5	5	2	5	5
67	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
69	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5
70	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5
71	4	5	2	5	5	5	5	3	5	5
72	2	5	5	4	2	5	5	3	5	5
73	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4

74	2	5	4	4	5	5	5	2	5	5
75	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5
76	2	5	5	5	5	5	5	1	5	5
77	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
79	4	5	4	4	5	4	5	2	4	5
80	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
81	4	5	4	5	5	5	5	1	5	5
82	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5
83	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5
84	4	5	5	5	2	5	5	1	5	5
85	4	5	5	5	2	5	5	3	5	5
86	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5
87	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
89	2	5	5	2	5	5	2	3	5	4
90	4	5	5	5	2	5	5	2	5	5
91	3	3	3	3	3	5	3	1	3	3
92	2	3	3	3	3	5	3	3	3	3
93	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
95	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3
96	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
98	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4
99	4	4	4	3	4	5	3	2	3	3
100	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4

LAMPIRAN 3

HASIL OUTPUT SPSS

A. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.826(**)	.461(**)	.476(**)	.425(**)	.847(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.826(**)	1	.320(**)	.364(**)	.524(**)	.817(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.461(**)	.320(**)	1	.701(**)	.326(**)	.708(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.476(**)	.364(**)	.701(**)	1	.286(**)	.744(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.425(**)	.524(**)	.326(**)	.286(**)	1	.677(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.004		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.847(**)	.817(**)	.708(**)	.744(**)	.677(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	5

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.240*	.172	.224*	.112	.567**
	Sig. (2-tailed)		.016	.087	.025	.267	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.240*	1	.212*	.142	.117	.581**
	Sig. (2-tailed)	.016		.034	.158	.247	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.172	.212*	1	.312**	.583**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.087	.034		.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.224*	.142	.312**	1	.387**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.025	.158	.002		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.112	.117	.583**	.387**	1	.694**
	Sig. (2-tailed)	.267	.247	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.567**	.581**	.712**	.599**	.694**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.610	5

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Correlations

		X3.1	X3.2	x3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.190	.154	.417(**)	.111	.576(**)
	Sig. (2-tailed)		.059	.125	.000	.272	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.190	1	.704(**)	.661(**)	.301(**)	.831(**)
	Sig. (2-tailed)	.059		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	.154	.704(**)	1	.550(**)	.006	.692(**)
	Sig. (2-tailed)	.125	.000		.000	.950	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.417(**)	.661(**)	.550(**)	1	.096	.804(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.344	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.111	.301(**)	.006	.096	1	.469(**)
	Sig. (2-tailed)	.272	.002	.950	.344		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.576(**)	.831(**)	.692(**)	.804(**)	.469(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.688	5

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.536**	.028	.756**	.595**	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000	.785	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.536**	1	.047	.753**	.881**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000		.641	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.028	.047	1	.100	.088	.313**
	Sig. (2-tailed)	.785	.641		.322	.384	.002
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.756**	.753**	.100	1	.832**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.322		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.595**	.881**	.088	.832**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.384	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.786**	.855**	.313**	.919**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	5

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

B. Uji Ekonometrika

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.77031837
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		.992
Asymp. Sig. (2-tailed)		.278

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Multikolenaritas

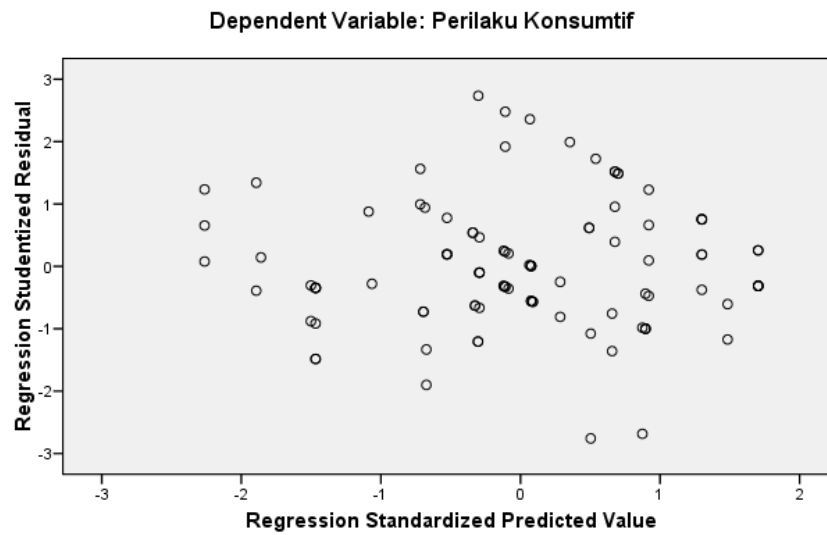
Coefficients(a)

Mode		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.854	1.655		1.121	.265		
	Motivasi	-.431	.129	-.416	-3.348	.001	.267	3.752
	Gaya Hidup	.405	.162	.319	2.495	.014	.252	3.968
	Iklan	.884	.096	.801	9.254	.000	.550	1.817

a Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

3. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



B. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1.854	1.655	
	Motivasi	-.431	.129	-.416
	Gaya Hidup	.405	.162	.319
	Iklan	.884	.096	.801

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

SUMATERA UTARA MEDAN

C. Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients(a)

Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.121	.265
	Motivasi	-3.348	.001
	Gaya Hidup	2.495	.014
	Iklan	9.254	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

2. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	474.491	3	158.164	48.937	.000 ^a
	Residual	310.269	96	3.232		
	Total	784.760	99			

a. Predictors: (Constant), Iklan, Gaya Hidup, Motivasi

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778(a)	.605	.592	1.79777

a. Predictors: (Constant), Iklan, Gaya Hidup, Motivasi

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

LAMPIRAN 4

Nomor : B-1134/Turnitin/02/2023

03,

Februari 2023

Lamp : 1 (satu)

Hal : **Hasil Pengecekan Turnitin**

Kepada Yth
Ketua Program Studi
Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU MEDAN
Di

T e m p a t**Assalamu'alaikum wr. wb.**

Dengan hormat, Bersama ini, kami menginformasikan Hasil pengecekan Turnitin:

Nama : Muhammad Arif Hidayah

NIM : 051182127

Program Studi : Ekonomi Islam

Judul :FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF DALAM
 BERBELANJA

ONLINE DI E-COMMERCE (STUDI KASUS MAHASISWA FEBI UINSU)

Nilai Hasil : 32 % Similarity

Keterangan : Lolos Uji Plagiasi Turnitin (Nilai < 34%)

Demikian surat ini kami informasikan, atas kerjasama Bapak / Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalam,

Budi Dharma, M.M

FEBI CAREER CENTER

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Profil

Nama : Muhammad Arif Hidayah
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Tempat, Tanggal Lahir : Sei Rotan, 19 Mei 1998
 Alamat : Jl. Medan Batang Kuis Dusun II Desa Sei Rotan
 Agama : Islam
 No. Hp : 0823 8348 8336
 Email : Arifseirotan@gmail.com

Riwayat Pendidikan

- **SD Negeri 105288** (2004-2010)
- **SMP Negeri 2 Percut Sei Tuan** (2010-2013)
- **SMA Negeri 11 Medan** (2013-2016)

Pengalaman Organisasi

- **Kursus Kader Dakwah** (Anggota)
- **Bussines School Motivator** (Anggota)
- **KSPMS Golden UINSU** (Wakadiv)
- **Himpunan Mahasiswa Islam** (Anggota)
- **Stand Up Comedian Deli** (Anggota)
- **Remaja Masjid Ar-Rahman** (Ketua Divisi)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SUMATERA UTARA MEDAN