

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, L. dan M. (2023). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Kartu Plastik Dan Mobile Payment Terhadap Costumer Behavior: Studi Kasus Mahasiswa FEBI UINSU*. Sei-Tech Journal, Vol 2. No.2.
- Ardikawati, T. (2013). *Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa FIS UNY Pada Klinik Kecantikan*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arif, N. A. dan Imsar. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan , Norma Subjektif, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna Electric Money Dengan Pengendalian Diri Sebagai Moderasi*. Jurnal Darma Agung, Vol 30. No. 1
- Asmara, R. A. D. (2018). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Instagram Jurusan Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir IAIN Ponorogo Tahun 2018*. Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo.
- Asri, A. (2012). *Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Babelan. ”, Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi, No.1.*
- Daryanti, S. (2023). *Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi*. Universitas Jambi.
- David Chaney, L. (2004). *Sebuah Pengantar Komprehensif*. Jelasutra.
- Deliarnov. (2007). *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Erlangga.
- Fauziah, L. (2020). *Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa*. Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLSRegresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. H. (2009). *Manajemen*. BPF.
- Harahap, I. (2015). *Hadis-Hadis Ekonomi*. Wal Ashri Publishing.
- Hariyono, P. (2020). *Hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5*

- Samarinda. eJournal Psikologi*, 3(2),569- 578.
- Hasibuan, I. K. dan Harahap, I. (2023). *Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Menurut Etika Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UINSU. Jurnal Manajemen Akuntansi*, Vol. 3 No. 3.
- Khabiba, C. D. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Teman Sebaya, Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2017*. Universitas Negeri Semarang.
- Minor, M. dan. (2001). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Mujahidah, A. N. (2020). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya*. Universitas Negeri Makassar.
- Munfaid, A. S. (2013). Makalah Instagram. *Jurnal, Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Peterongan*.
- Novia Wijaya, L. S. S. U. (2021). Pengaruh Penyampaian Informasi pada Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Jurnal EISSN 2598-0777, Vol. 5, No.*
- Nurbaiti. (2023). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Membeli Produk Fashion Syariah: Studi Kasus Mahasiswa FEBI UINSU. Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 3 No 1.
- Nursalam dan Arifin, J. (2019) *Konstruksi Sosial Media Komunikasi Instagram Terhadap Pola Pikir Perilaku Mahasiswa Pendidikan Sosiologi. Jurnal Equilibrium Pendidikan Sosiologi*.
- Oktaviani, D. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Iain Metro*. IAIN Metro.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Rahmani, N. A. B. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Febi UIN-SU Press.
- Ramadati, P. (2021). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Pembelian Kuota Internet Selama Pandemi Covid-19 (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Bengkulu Angkatan 2017-2018)*". Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

- Rasyid, A. (2019). Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Institu Agama Islam Negeri Padangsidempuan*.
- Rifka. (2020). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Efektivitas Komunikasi Pemasaran Pada Pedagang Di Pasar Aceh Dalam Pandangan Islam*. UIN Ar-Raniry.
- Safira, R. dan Sugianto. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Dengan Diital Savvy Sebagai Variabel Moderating*. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah*, Vol. 5 No. 6.
- Sari, S. N. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. UIN SUSKA Riau.
- Satria, A. U. (2022). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Shopping Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2018*. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. KENCANA.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Peneletian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Ghalia Indonesia.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Membeli di Indomaret. *Jurnal Ekonomi*, Vol.2 No.
- Syafaruddin, D. (2020). *Buku Panduan Akademik Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Tahun Akademik 2020-2021*. Febi UIN-SU Press.

- Ushermi. (2013). Analisis Segmentasi Gaya Hidup Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Riau. *Jurnal Ekonomi*, V, Vol. 21 No.
- Yaniawati, R. I. dan P. (2014). *Metodologi Penelitian*. PT Refika Adimata.
- Yanuarita, I. dan W. (2018). *Mengenal Media Sosial Agar Tak Menyesal*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku konsumen - teori dan praktik*. Bandung: Pustaka Setia.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Umur:
 - a. <17 tahun
 - b. 17-18 tahun
 - c. 19-20 tahun
 - d. >20 tahun
3. Media sosial apa yang sering anda buka:
 - a. TikTok
 - b. Instagram
 - c. Facebook
 - d. WhatsApp



B. Keterangan Opsi Jawaban dan Skor Penilaian

Penelitian ini membutuhkan pendapat Anda tentang Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. Petunjuk pengisian, berilah tanda (√) pada kolom yang disediakan sesuai dengan jawaban Saudara/I, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju (skor 5)

S : Setuju (skor 4)

N : Netral (skor 3)

TS : Tidak Setuju (skor 2)

STS : Sangat Tidak Setuju (skor 1)

1. Media Sosial (X1)

No	Item pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Anda memiliki akun media sosial					
2	Anda memiliki lebih dari satu akun media sosial					
3	Anda menggunakan media sosial setiap hari					
4	Anda menggunakan media sosial untuk berbelanja					
5	Anda menggunakan media sosial untuk					

	belajar					
6	Anda menggunakan media sosial untuk hiburan					

2. Gaya Hidup (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sering mengakses online shop pada media social					
2	Saya mengakses online shop pada media sosial 4-5 kali dalam seminggu					
3	Saya mengakses online shop pada media sosial 2-3 kali dalam seminggu					
4	Saya mengakses online shop pada media sosial setiap saya membukanya					
5	Saya mengikuti semua akun sosial media yang menawarkan produk					
6	Hanya satu atau beberapa akun sosial media yang menawarkan produk yang saya ikuti					
7	Saya tertarik mengakses akun yang menawarkan produk di sosial media					
8	Saya tertarik pada suatu produk ketika mengakses akun media sosial yang menawarkan produk					
9	Saya tidak mengetahui akun sosial media yang menawarkan produk					
10	Saya tidak mengikuti akun sosial media yang menawarkan produk					
11	Saya membeli produk barang di akun sosial media karena ada hadiahnya					
12	Saya tetap membeli produk yang ditawarkan akun sosial media yang saya ikuti walaupun tidak mendapat hadiah					
13	Saya tidak membeli barang-barang di akun sosial media sekalipun mendapat hadiah					
14	Saya membeli sepatu hampir setiap bulan karena selalu tertarik dengan model yang baru					
15	Saya membeli produk yang ditawarkan di akun sosial media tersebut karena					

	kemasannya menarik					
16	Design barang di akun sosial media yang menawarkan produk tersebut tidak memotivasi saya untuk membelinya					
17	Saya tidak membeli produk yang ditawarkan di akun sosial media tersebut walaupun kemasannya menarik					
18	Saya suka menggunakan produk barang yang asli dari pada barang tiruan					
19	Saya membeli produk bermerk namun tiruan untuk menjaga penampilan					
20	Saya akan tetap membeli sebuah tas baru karena sedang trend, meskipun tas lama masih layak pakai					
21	Saya suka membeli produk tiruan di akun sosial media karena saya tidak mementingkan gengsi					
22	Saya suka membeli barang dengan harga yang mahal di akun sosial media Instagram					
23	Saya membeli barang di sosial media hanya saat ada diskon					
24	Saya tidak mementingkan harga dalam memilih produk yang ditawarkan di akun sosial media					
25	Saya menghabiskan sebagian uang untuk membeli apapun yang diinginkan meskipun barang tersebut tidak dibutuhkan					
26	Saya suka membeli barang dengan harga murah di akun sosial media					
27	Ada diskon atau tidak, saya tidak tertarik membeli barang di sosial media karena pertimbangan harga					
28	Sebagai seorang yang memiliki akun sosial media, saya harus memiliki produk yang ditawarkan oleh akun sosial media yang saya ikuti					
29	Saya suka membeli produk bermerk karena tidak mau kalah dengan teman					
30	Saya akan cepat membeli tas, ketika					

	teman saya mempunyai tas baru					
31	Saya tidak harus memiliki produk yang ditawarkan oleh akun sosial media yang saya ikuti.					
32	Saya tidak tertarik membeli barang saat teman membeli barang yang sedang trend					
33	Saya sering membeli produk yang ditawarkan oleh akun sosial media yang saya ikuti.					
34	Saya membeli produk karena endorsmannya adalah idola saya					
35	Saya membeli produk yang ditawarkan akun sosial media yang saya ikuti karena menjual produk yang digunakan idola saya					
36	Saya tidak tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh akun sosial media yang saya ikuti					
37	Saya tidak membeli produk yang ditawarkan walaupun endorsmannya adalah idola saya					
38	Tingkat rasa percaya diri saya tumbuh saat menggunakan produk dari akun sosial media yang saya ikuti Mahalnya harga produk yang saya beli berpengaruh terhadap rasa percaya diri saya					
39	Saya memiliki gadget lain (seperti: I-pad, mp4, I-touch, dll) selain ponsel yang saya punya, karena terlihat sangat keren					
40	Saya menjadi tidak percaya diri ketika saya menggunakan produk yang harganya murah					

3. Perilaku konsumtif (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Pencarian informasi belanja lebih mudah dengan media sosial					
2	Iklan di media sosial mempengaruhi saya untuk berbelanja					
3	Berbelanja di media sosial memberikan					

	banyak diskon					
4	Berbelanja di media sosial lebih menghemat waktu					
5	Berbelanja di media sosial lebih banyak pilihan					
6	Media sosial membuat intensitas belanja meningkat					
7	Media sosial berpengaruh terhadap keuangan anda					
8	Pendapatan selalu anda sisihkan untuk belanja di media sosial					



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Lampiran 2

Tabulasi Jawaban Kuesioner

1. Data Responden Media Sosial (X1)

Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Total
1	4	4	5	4	4	4	4	3	32
2	3	4	5	3	5	4	3	4	31
3	4	5	4	5	4	4	4	5	35
4	5	5	4	3	5	5	5	5	37
5	3	3	4	3	5	4	3	4	29
6	5	5	5	4	4	5	5	4	37
7	5	5	4	5	5	4	5	4	37
8	4	5	4	4	4	4	4	5	34
9	4	3	5	4	4	5	4	5	34
10	3	4	2	4	4	3	3	5	28
11	3	3	4	4	4	2	3	1	24
12	3	5	5	3	4	5	3	5	33
13	4	5	5	4	4	4	4	5	35
14	4	5	4	4	3	2	4	2	28
15	3	3	4	4	4	5	3	3	29
16	5	5	1	5	5	5	5	5	36
17	3	5	4	4	5	4	3	4	32
18	5	5	5	5	4	5	5	5	39
19	4	5	5	5	5	5	4	4	37
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	4	4	2	4	4	4	4	4	30
22	5	5	4	4	4	4	5	5	36
23	4	4	4	4	4	4	4	5	33
24	4	5	4	4	5	5	4	5	36
25	5	5	5	4	4	4	5	5	37
26	5	5	5	5	5	5	5	3	38
27	3	5	5	5	3	5	3	4	33

28	4	5	5	5	5	5	4	5	38
29	5	5	5	5	4	4	5	5	38
30	5	5	4	4	4	5	5	5	37
31	4	5	5	4	5	5	4	4	36
32	4	5	5	5	5	5	4	5	38
33	5	5	4	4	5	4	5	4	36
34	5	5	5	3	5	3	5	5	36
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	3	4	4	3	3	3	3	5	28
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	3	4	4	3	3	3	3	4	27
39	5	5	5	5	5	5	5	4	39
40	5	4	5	4	5	4	5	5	37
41	4	4	5	4	4	4	4	4	33
42	3	4	4	4	5	4	3	3	30
43	5	5	4	4	4	5	5	5	37
44	4	4	5	2	4	3	4	3	29
45	5	5	5	5	5	3	5	5	38
46	5	5	5	5	5	5	5	3	38
47	4	5	4	3	5	5	4	5	35
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	4	4	5	4	3	4	4	32
50	5	5	5	5	5	5	5	4	39
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	4	4	4	5	3	4	4	2	30
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	3	4	5	4	3	4	3	4	30
55	3	5	5	4	3	5	3	5	33
56	4	5	5	4	4	5	4	4	35
57	3	4	5	5	4	5	3	4	33
58	4	5	5	3	3	4	4	5	33
59	4	4	5	3	4	3	4	3	30

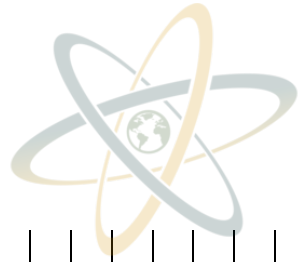
60	5	5	5	1	2	2	5	5	30
61	4	5	3	3	3	3	4	4	29
62	4	4	4	4	4	4	4	5	33
63	4	5	4	5	4	4	4	5	35
64	5	5	5	4	5	5	5	4	38
65	3	4	4	4	4	3	3	5	30
66	5	4	4	4	4	4	5	5	35
67	3	5	5	3	4	4	3	4	31
68	3	4	3	4	4	5	3	4	30
69	5	5	5	5	5	5	5	4	39
70	2	4	4	5	4	4	2	5	30
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	5	5	5	4	4	5	5	5	38
73	4	4	4	4	4	2	4	5	31
74	4	4	5	5	5	5	4	5	37
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN



2. Data Responden Gaya Hidup (X2)

R es po n de n	I t e m 1	I t e m 2	I t e m 3	I t e m 4	I t e m 5	I t e m 6	I t e m 7	I t e m 8	I t e m 9	I t e m 10	I t e m 11	I t e m 12	I t e m 13	I t e m 14	I t e m 15	I t e m 16	I t e m 17	I t e m 18	I t e m 19	I t e m 20	I t e m 21	I t e m 22	I t e m 23	I t e m 24	I t e m 25	I t e m 26	I t e m 27	I t e m 28	I t e m 29	I t e m 30	I t e m 31	I t e m 32	I t e m 33	I t e m 34	I t e m 35	I t e m 36	I t e m 37	I t e m 38	I t e m 39	I t e m 40	t o t a l							
1	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	169				
2	5	4	5	3	4	3	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	169		
3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	177			
4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	188		
5	4	4	5	3	3	3	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	144		
6	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	196	
7	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	0	180
8	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	1	1		



																																							57			
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160		
54	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	166			
55	5	5	3	3	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	191		
56	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	194		
57	5	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	178		
58	5	5	3	4	5	3	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	
59	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	3	5	4	4	5	3	4	4	5	9	
60	5	5	2	5	5	1	2	2	5	5	5	2	5	5	2	5	5	5	2	5	5	5	2	5	5	2	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	2	5	3
61	3	4	3	4	5	3	3	3	4	5	3	3	3	5	3	3	5	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3	3	5	5	3	3	3	5	5	3	3	5	3	
62	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
63	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	1



																																						7 7			
64	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1 9 8			
65	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	1 5 0			
66	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1 6 3			
67	5	4	4	3	5	3	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	1 8 2		
68	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	5	3	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	4	4	3	5	3	4	4	3	5	4	1 5 7
69	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1 9 9		
70	4	5	4	2	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1 5 8		
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2 0 0		
72	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1 9 7		
73	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1 4 3		
74	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	1

3. Data Responden Perilaku Konsumtif (Y)

Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Total
1	3	4	4	4	4	4	4	3	30
2	4	4	3	3	3	4	3	4	28
3	4	3	4	4	3	3	4	4	29
4	3	4	4	2	3	2	3	2	23
5	2	3	2	1	1	2	3	3	17
6	2	3	3	4	2	3	4	4	25
7	3	4	4	4	4	3	3	4	29
8	3	3	4	4	3	2	5	4	28
9	2	5	4	4	5	3	2	3	28
10	3	2	3	4	1	2	3	2	20
11	2	3	2	4	4	5	4	4	28
12	5	4	4	3	3	3	3	2	27
13	3	3	2	1	3	2	4	3	21
14	2	4	3	2	2	1	4	2	20
15	1	4	2	3	3	5	5	5	28
16	5	5	5	5	5	3	3	3	34
17	3	3	3	3	3	4	5	5	29
18	4	5	5	2	1	5	5	4	31
19	5	5	4	5	5	3	4	2	33
20	3	4	2	2	2	2	2	2	19
21	2	2	2	2	2	4	4	4	22
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	4	4	4	4	4	5	33
25	4	4	5	4	4	4	4	4	33
26	4	4	4	3	5	4	3	5	32
27	4	3	5	4	3	4	5	5	33
28	4	5	5	4	5	4	4	5	36
29	4	4	5	5	4	3	4	5	34
30	3	4	5	5	5	4	4	3	33
31	4	4	3	5	5	4	5	5	35
32	4	5	5	5	5	4	4	4	36
33	4	4	4	5	5	5	5	4	36
34	5	5	4	4	5	5	5	5	38
35	5	5	5	5	5	5	3	4	37

36	5	3	4	1	1	5	5	5	29
37	5	5	5	5	5	5	3	4	37
38	5	3	4	1	1	5	5	5	29
39	5	5	5	5	5	4	3	4	36
40	3	3	4	2	3	4	4	5	28
41	4	3	4	3	3	5	5	5	32
42	4	4	5	3	4	1	4	3	28
43	5	5	5	4	4	5	5	5	38
44	1	4	3	3	1	3	4	5	24
45	5	5	5	5	5	3	4	3	35
46	3	4	5	3	3	4	5	3	30
47	3	4	3	3	4	5	4	4	30
48	4	5	3	4	5	4	5	3	33
49	5	4	4	4	4	3	4	4	32
50	4	5	3	4	4	3	4	3	30
51	3	4	4	5	4	3	4	3	30
52	3	4	3	3	3	3	4	3	26
53	3	4	3	4	4	3	4	3	28
54	3	4	3	4	4	3	3	2	26
55	3	4	3	3	3	2	2	2	22
56	3	3	2	2	1	4	4	4	23
57	2	2	2	3	1	4	4	4	22
58	4	4	4	5	4	4	4	4	33
59	4	4	4	5	4	3	5	5	34
60	4	4	4	4	5	2	3	3	29
61	3	5	5	5	3	3	4	3	31
62	2	3	3	3	3	3	4	3	24
63	3	4	3	4	3	3	3	3	26
64	3	4	3	3	3	1	2	2	21
65	3	3	3	3	3	4	3	4	26
66	1	2	2	1	1	2	3	5	17
67	4	3	4	2	4	3	3	3	26
68	2	3	5	1	1	2	4	3	21
69	3	3	3	2	2	2	2	2	19
70	2	4	3	4	3	5	5	4	30
71	2	2	2	1	1	2	2	3	15
72	5	5	4	4	4	3	4	4	33
73	2	2	3	2	3	3	4	4	23
74	3	4	4	4	4	4	3	3	29

75	3	4	4	4	3	4	4	4	30
----	---	---	---	---	---	---	---	---	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Nur Adilah
NIM : 0501162114
Tempat, Tanggal Lahir : Barung-Barug, 20 Juli 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan : Ekonomi Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Status : Belum Menikah
Alamat : Dusun III Desa Guntung Kec. Lima
Puluh Kab. Batu Bara
No Hp : 0823 8737 4347
Email : nuradilah.idr@gmail.com

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2005 – 2010 : SD Negeri 015883 Guntung
2. Tahun 2010 – 2013 : MTs. Al-Washliyah Kedaisianam
3. Tahun 2013 – 2016 : MAS Al-Washliyah Kedaisianam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN