

**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DAN
KELOMPOK TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI MAHASISWA
(Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Walisongo Semarang)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

Nur Azizah (1505026017)

**PRODI S1 EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN WALISONGO SEMARANG
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdri. Nur Azizah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
di Semarang •

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Nur Azizah

NIM : 1505026017

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok
Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang).

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 10 Oktober 2019

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. H. Siti Mujiatun, M.ag

Dessy Noor Farida, SE.M.Si, AK CA

NIP. 19590413 198703 2 001

NIP. 19791222 201503 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 76012191 Semarang

PENGESAHAN

Nama : Nur Azizah
NIM : 1505026017
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude / baik / cukup pada tanggal:


Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir, guna memperoleh gelar sarjana (Strata satu/S1) dalam ilmu Ekonomi Islam.

Semarang,

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

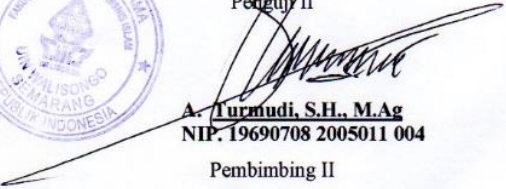

Drs. H. Wahab, M.M.
NIP. 19690908 2000031 001


Prof. Dr. Hj. Siti Mujiбатun, M.Ag.
NIP. 19590413 1987032 001

Pengujian I

Pengujian II

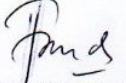

Heny Yuningrum, S.E., M.Si.
NIP. 19810609 2007102 005


A. Turmudi, S.H., M.Ag.
NIP. 19690708 2005011 004

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Dr. Hj. Siti Mujiбатun, M.Ag.
NIP. 19730217 200604 1 001


Dessy Noor Farida, SE., M.Si., A.Kt.
NIP. 19791222 2015032 001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا

خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya:

"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu." (QS. al-Baqarah: 168)"

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan petunjuk, bimbingan dan kekuatan lahir batin kepada diri penyusun, sehingga skripsi ini dapat disusun sebagaimana mestinya. Sholawat dan salam semoga dilimpahkan oleh-Nya kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW, para sahabat dan semua pengikutnya yang setia disepanjang zaman, Aamiin.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang tua tercipta, Bapak Sudar dan Ibu Sakinah beserta keluarga besar yang selalu memberikan kasih sayang dan doa di setiap waktunya serta arahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dosen pembimbing yang sangat sabar membimbing penulis. Sahabat-sahabat yang telah membantu menyemangati menemani saat-saat dalam pengerjaan skripsi, dan teman-teman yang berjuang bersama-sama dalam penyelesaian skripsi untuk wisuda.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 10 Oktober 2019

Deklarator,



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ع = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

َ = a

ِ = i

ُ = u

C. Diftong

اَيُّ = ay

أَوْ = aw

D. Syaddah (—)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبُّ al-thibb.

E. Kata Sandang (...ال)

Kata Sandang (...ال) ditulis dengan *al*-... misalnya الصناعة = *al-shina 'ah*. *Al*- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan “h” misalnya المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Status sosial ekonomi merupakan suatu tingkatan atau kedudukan seseorang didalam masyarakat yang dilihat dari tingkat pendidikan, tingkat pekerjaan, tingkat penghasilan dan kekayaan serta pengeluarannya. Teman sebaya (Peer Group) adalah kelompok sosial yang anggotanya terdiri dari orang yang memiliki usia sebaya, baik anak-anak, orang dewasa, orang tua, mereka memiliki kesamaan dalam berfikir, bertindak dan juga berangan-angan. Mahasiswa merupakan remaja yang lebih mudah terpengaruh pola hidup konsumtif atau pola hidup yang berlebihan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field study reseach) yaitu dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Sampel sebanyak 100 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang diambil secara *random sampling*. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis determinasi (R^2), sedangkan pengelolaan datanya menggunakan SPSS 16.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Status sosial ekonomi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. (2) Kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. (3) Status sosial ekonomi dan Kelompok teman sebaya secara bersama-sama secara simultan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Kata Kunci: Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Perilaku Konsumsi.

ABSTRACT

Socio- economic status is a level or position of a person in society as seen from the level of education, level of income and wealth and expenditure. Peers (peer group) are social groups whose members consist of people of the same age, both children, adults, parents, they have similarities in thinking, acting and also daydreaming. Students are teenagers who are easily influenced by consumptive lifestyle or excessive lifestyle. The purpose of this research is to find out whether the socioeconomic status of parents and peer groups simultaneously influences the consumption behavior of the Faculty of Economics and Islamic business Students of UIN Walisongo Semarang.

This research is a field study (field study research) that is by using a quantitative descriptive approach. Data collection techniques in this study using questionnaires, interviews, and documentation. Samples of 100 Islamic Economics and Business Faculty Students of UIN Walisongo Semarang were taken by random sampling. Quantitative analysis includes validity and reliability tests, classic assumption tests, determination analysis (R^2), while data management uses SPSS 16.

The results showed (1) the socioeconomic status influential but not significant to the consumption behavior of students of the faculty of economics and Islamic business, Walisongo State Islamic University, Semarang. (2) Peer groups influence the consumption behavior of Islamic economics and business students at the Walisongo State Islamic University in Semarang. (3) The socioeconomic status and peer groups simultaneously have a positive effect on the consumption behavior of students of the Faculty Of economics and Islamic business, Walisongo State Islamic University, Semarang. Keywords: Parents' Socio-Economic Status, Peer Group, Consumption Behavior.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji senantiasa kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan Semesta Alam yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, hidayat-Nya kepada kita semua. Dan atas karunia-Nya sehingga kita masih diberikan kehidupan hingga saat ini. Semoga kita masih terus dilindungi, diberkahi dan diberikan kesehatan oleh Sang Pencipta agar kita masih bisa tetap bersujud kepada-Nya.

Sholawat beserta salam kita sampaikan kepada baginda besar kita, yang telah menuntun kita dari kegelapan zaman jahiliah menuju zaman yang penuh dengan kedamaian dan keberkahan dari Sang Khalik. Makhlik paling sempurna di sisi-Nya, yakni Rasulullah SAW yang dengan syafa'atnya kita mengharapkan keridhaan-Nya.

Dengan segenap rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan *Alhamdulillah* telah menyelesaikan sebuah karya ilmiah yang berupa skripsi yang berjudul “ PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DAN KELOMPOK TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA (STUDY KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN WALISONGO SEMARANG ” dengan lancar dan tanpa hambatan yang berarti.

Penulis sadar bahwa terselesikannya skripsi ini bukanlah hasil jerih payah penulis pribadi, akan tetapi karena adanya wujud akumulasi dari usaha dan batuan, pertolongan, serta doa dari pihak

yang telah berkenan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, sudah seharusnya penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Tufiq, M. Ag., selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. H. Muhammad Saifullah, M. Ag., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku ketua jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Walisongo Semarang.
4. Dr H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku wali dosen yang telah membimbing dan memberi arahan dari semester satu sampai akhir.
5. Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag. dan Dessy Nor Farida, SE.Msi, AK, CA. selaku pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
6. Segenap dosen Universitas Islam Negri Walisongo Semarang beserta staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Walisongo Semarang yang sudah melayani memberikan sebagian ilmu mereka dengan penuh kesabaran.

7. Kedua orang tua penulis, Bapak Sudar dan Ibu Sakinah beserta segenap keluarga Mbah Pasirah, kakak Rasmadi, Santi Mawarni,S.E. Rahayu Ningsih S.Pd.I dan kakak Ipar Siti Shofi atun, keponakan Amir Zakky Ahmad Ashofi, Keponakan Fajrin Naylis Shofia, besar dan saudara penulis atas segala doa, motivasi, dan bantuan yang tidak dapat penulis balas hanya lewat untaian kata-kata dalam tulisan ini.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan kelas Ekonomi Islam (A) angkatan 2015.
9. Sahabat-sahabat Ekonomi Islam semua angkatan.
10. Sahabatku Elka anggraini, Devi afriliyana, Laily Roshidah, Hida, Hikmatul ummah, Muhammad Junaedi, terimakasih atas dukungan dan semangat dari kalian.
11. Sahabatku KKN (Pongangan) Azimah, Desy, Laili, Diana, Asna, Salma, Khadiroh, Tria, Asif, Husein, Rasyid, Hasan, Danang, Imron, terimakasih atas dukungan dan semangat dari kalian.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka semua dengan balasan yang lebih baik dari apa yang mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dengan rendah hati penulis meminta untuk kritik dan sarannya kepada pembaca agar di kemudian

hari bsa tercipta karya ilmiah yang lebih baik. *Aamiin Ya Rabbal'Alamiin.*

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 10 Oktober 2019

Penulis,

Nur Azizah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
HALAMAN ABSTRAK	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	xi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xv
HALAMAN DAFTAR TABEL	xvii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian	8
1.4. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Hipotesis	42
2.4 Kerangka Teori	44
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sumber Data	46

3.2 Populasi dan Sempel	48
3.3 Metode Pengumpulan Data	50
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran	54
3.5 Teknik Analisis Data	58
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyajian Data Penelitian	69
4.2 Analisis Data dan Interpretasi Data	90
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Populasi	49
Tabel 3.2 Skor Pernyataan Variabel X1, X2 dan Y	53
Tabel 3.3 Variabel Pengukuran dan Penelitian	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	72
Tabel 4.2 Presentase tanggapan Responden Berdasarkan Pendidikan orang tua (X1.1).....	73
Tabel 4.3 Presentase tanggapan Responden Berdasarkan Pekerjaan orang tua(X1.2).....	74
Tabel 4.4 Presentase tanggapan Responden Berdasarkan Kebutuhan orang tua (X1.3)	75
Tabel 4.5 Presentase tanggapan Responden Berdasarkan kebutuhan orang tua (X1.4)	76
Tabel 4.6 Presentase tanggapan responden Berdasarkan fasilitas (X1.5).....	77
Tabel 4.7 Presentase tanggapan Responden Berdasarkan fasilitasd (X1.6)	78
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang interaksi Sosial (X2.1).....	80
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Kebiasaan (X2.2)	81
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Sikap solidaritas (X2.2).....	82

Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang keinginan (X2.3).....	83
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Memberikan (X2.4).....	84
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang dorongan Dorongan (X2.5)	85
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Perilaku konsumsi (Y1)	86
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Perilaku konsumsi (Y2).....	87
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Perilaku konsumsi (Y3).....	88
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Perilaku konsumsi (Y4)	89
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Validitas Variabel Penelitian	91
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas	92
Tabel 4.20 Uji Kolmogorov Smirnov	94
Tabel 4.21 Uji Heteroskedastisitas	95
Tabel 4.22 Uji Multikolinieritas	97
Tabel 4.23 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	99
Tabel 4.24 Uji t	101
Tabel 4.25 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	103
Tabel 4.26 Uji Simultan (Uji F)	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot Uji Normalitas

Gambar 4.2 Analisis posisi Koefisien D-W

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner

Lampiran B Hasil Jawaban Responden

Lampiran C Hasil Output SPSS

Lampiran D Dokumentasi Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan naluri setiap manusia. Sejak kecil manusia sudah menyatakan keinginan untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara. Semakin besar dan dewasanya seseorang, keinginan dan kebutuhannya akan terus meningkat. Dalam memenuhi kebutuhannya, manusia dihadapkan pada masalah ekonomi yang berlaku sebagai akibat adanya ketidakseimbangan antara kebutuhan manusia yang tidak terbatas dengan alat pemuas kebutuhan yang jumlahnya terbatas.¹

Masa remaja adalah masa yang banyak menarik perhatian karena sifat-sifat khasnya dan peranannya yang menentukan dalam kehidupan individu dalam masyarakat dewasa (Syamsu, 2007:26). Dalam menentukan pilihan-pilihan, pada usia ini manusia belum mempunyai dasar atau prinsip yang kuat dan masih sangat mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya,

¹Setianingsih, Sri Astuti, “ *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsuntif Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)*”, Skripsi, Purwokerto: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2018, hlm. 22.

terutama dalam berkonsumsi. Seiring dengan kemajuan IPTEK mau tidak mau remaja harus mengikuti perkembanganya.

Pola pikir individu pun harus siap dengan tantangan global yang dapat membawa pengaruh dalam pola hidup masyarakat seperti pola konsumsi yang kebanyakan mengarah pada perilaku konsumtif. Remaja dalam berperilaku konsumsi masih jauh dari tindakan rasional dan belum dapat memenuhi kebutuhannya sendiri tanpa bantuan dari orang tua.²

Perilaku konsumsi yang tidak rasional ini terjadi hampir pada seluruh lapisan masyarakat, terutama mahasiswa yang memiliki kebutuhan yang beragam dalam pemenuhan kebutuhan setiap hari ataupun keperluan dalam proses perkuliahan.

Menurut (Sumartono dalam Sofia Miranda) perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seseorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang

²Winaryo, Kiki, “ *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI Rembang Purbalingga*”, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2017, hlm, 1.

sebenarnya untuk menunjukkan status sosial prestige, kekayaan dan keistimewaan.³

Gaya hidup mewah merupakan bentuk aktualisasi diri yang dianggap bisa meningkatkan status sosialnya didalam masyarakat. Sayangnya banyak remaja yang diberikan uang saku yang berlebihan oleh orang tuanya justru membelanjakan uang mereka untuk membeli barang-barang yang tidak diperlukan. Dalam mendukung gaya hidup yang tinggi seperti handphone, selain itu ada pula yang menghabiskan sejumlah uang sakunya untuk kebutuhan yang tidak penting seperti main game online.⁴

Keluarga merupakan tempat terjadinya proses sosialisasi yang akan mendorong pedoman bagi anak, maka seorang anak akan tumbuh dengan perilaku yang baik pula dimasyarakat, jika yang terjadi adalah sebaliknya maka tidak jarang anak akan berperilaku buruk kepada lingkungan masyarakat. Teman sebaya merupakan kelompok anak-anak atau remaja dengan tingkat kedewasaan yang sama dan menerapkan prinsip-prinsip hidup bersama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompok.

³ Yustati, Herlina, "Kontribusi E.Wom Terhadap Prilaku Konsumtif" *Jurnal*, Vol.3 No.2. Th.2018.H.51-52.

⁴ Winaryo, Kiki, *Pengaruh Status Sosial*hlm.4-5.

Remaja sering dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya, maka remaja cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik didalam kelompok sebaya. Salah satunya adalah dengan mengikuti pola hidup konsumtif dari kelompok teman sebaya.⁵ Pada usia remaja waktu mereka banyak dihabiskan di sekolah atau di kampus dan secara tidak langsung waktu mereka banyak digunakan untuk berkumpul dengan teman sebaya.

Tidak jarang mereka mengikuti gaya hidup atau trend dari teman sebaya. Hal ini karena intensitas pergaulan teman sebaya juga ikut dalam memberikan pengaruh baik atau buruk pada anak. Menurut Hurlock (2004:p.2013) “ remaja lebih banyak berada diluar rumah bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapatlah dimengerti bahwa pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku lebih besar dari pada pengaruh keluarga.”

Sedangkan menurut Slameto (2010:p.71) “ pengaruh-pengaruh dari teman bergaul mahasiswa lebih cepat masuk kedalam jiwanya dari pada yang kita duga. Teman bergaul baik akan berpengaruh kepada diri mahasiswa. Begitu juga sebaliknya, teman bergaul yang jelek pasti mempengaruhi yang bersifat buruk

⁵ St. Sunarto, Nurita Dewi, Rusdarti, “ *Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan, Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*” *Jurnal of Economic Education*, 2017, hlm. 30.

juga.”⁶Dan dari jenis barang –barang yang dimiliki juga bergantung pada kelompoknya masing-masing.

Selain kepemilikan barang, banyak pula mahasiswa yang menghabiskan uang sakunya untuk merokok, bermain game online dengan teman-temannya atau menonton video melalui youtube diwarung internet yang tidak ada kaitanya dengan tugas kuliah.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang terkait status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku berkonsumsi ialah penelitian yang dilakukan oleh Winaryo (2017) dengan judul “Pengaruh status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi kelas XI IPS di SMAN 1 Rembang Purbalingga” berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi siswa .

Sejalan dengan hasil penelitian yang didapatkan oleh Sri Astuti Setianingsih (2018) dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif

⁶Agus Haryono, Fitri Wulandari, Hari Wahyono,” Pengaruh Perhatian Orang Tua, Respon Pada Iklan, Intensitas Pergaulan Teman Sebaya, Dan Pemahaman Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas VII SMPN 2 Ngelegok Kabupaten Blitar Tahun Ajaran 2015/2016” Jurnal , Vol 09, No.02 .Th .2016. H.100-101.

Mahasiswa (study kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Purwokerto)”berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Hasil pengujian secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup perilaku konsumtif mahasiswa.

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang merupakan kampus berbasis islami. Dan kampus ini memiliki ribuan mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah dan dari status sosial ekonomi orang tua yang berbeda-beda, yakni dari golongan menengah kebawah sampai golongan menengah keatas, yakni dari golongan pedagang, PNS, polisi, buruh, petani dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, kecenderungan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhannya mereka masih tergantung pada jumlah uang saku yang bervariasi dan dengan siapa berkumpul.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tanggal 23 Agustus 2019 mahasiswa yang berinisial A menyatakan bahwa teman dikampus membentuk kelompok-kelompok tertentu yang anggotanya memiliki karakteristik yang sama, terutama dilihat dari gaya hidup dan kesamaan hobi.

Beberapa kelompok tersebut ialah kelompok mahasiswa dengan hobi membeli makanan mewah, kelompok dengan gaya hidup modis, serta kelompok mahasiswa dengan kendaraan mewah dari berbagai kelompok tersebut rata-rata mahasiswa

diberikan uang saku perbulan sebesar 800.000 sampai dengan 2.000.000. mereka mengaku menghabiskan uang saku mereka selain untuk kebutuhan sehari-hari dan keperluan tugas kuliah, yaitu untuk membeli bahan bakar (bensin), untuk makan ditempat yang mewah dan untuk koleksi perangkat kecantikan dan baju untuk mendukung penampilan mereka.⁷

Berdasarkan fakta-fakta tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa ini termasuk perilaku konsumsi yang berlebihan. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul “ **PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DAN KELOMPOK TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, pokok pembahasan dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

⁷ Hasil Wawancara dengan mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tanggal 23 Agustus 2019 jam 16.00 WIB.

1. Bagaimana pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang?
2. Bagaimana pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang?
3. Bagaimana status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui secara empiris status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
- b. Untuk mengetahui secara empiris kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

- c. Untuk mengetahui secara empiris status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, yang berupa:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi bagi para peneliti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya disiplin ilmu ekonomi, sosiologi dan psikologi. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya terkait dengan permasalahan konsumsi dikalangan mahasiswa

- b. Manfaat Praktis

Mampu dalam memberikan informasi mengenai perilaku konsumsi dan acuan bagi peneliti selanjutnya terkait dengan faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas serta mempermudah pembahasan, secara global skripsi ini disusun menjadilima bab. Setiap bab akan diuraikan lagi menjadi sub-sub bab yangmana satu dengan yang lain saling berkaitan sehingga menjadi satukesatuan yang utuh. Adapun sistematika penulisan skripsi ini, yaitu:

Bab I Pendahuluan, yaitu terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka, yaitu terbagi menjadi dalam beberapa sub bab yaitu berisi landasan teori, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian, yaitu berisi jenis penelitian dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan, variabel penelitian dan pengukuran, serta teknis analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan. Bab ini menunjukkan hasil dari analisis data dan menunjukkan hasil pengujian hipotesishipotesis menggunakan data yang diolah sesuai dengan metode yang sudah ditetapkan. Dalam bab ini data atau informasi yang telah diolah, dianalisis, dikaitkan dengan kerangka teoritik yang terdapat di dalam bab II sehingga jelas bagaimana data hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan pembahasan dalam kerangka pemikiran.

Bab V Kesimpulan dan Saran. Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perilaku Konsumsi

2.1.1.1 Definisi Perilaku Konsumsi

Menurut Eugence A. Diulio (dalam Tama, 2014:13) konsumsi terbagi 2 (dua) yakni konsumsi rutin dan konsumsi sementara. Konsumsi rutin adalah pengeluaran untuk pembelian barang-barang dan jasa yang secara terus menerus dikeluarkan selama beberapa tahun sedangkan konsumsi sementara adalah setiap tambahan yang tidak terduga terhadap konsumsi rutin.

Menurut Samuelson & Nordhaus (dalam Tama, 2014:14) konsumsi adalah pengeluaran untuk pembelian barang-barang dan jasa akhir guna mendapatkan kepuasan ataupun memenuhi kebutuhannya. Schiffman dan Kanuk (dalam Sumarwan, 2011:4) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut “*The term consumer behavior refers to the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using,*

evaluating, and disposing of products and services that they expect will satisfy their needs”

Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Definisi lain dari perilaku konsumen

Menurut Loudon dan Della-Bitta (dalam Sumarwan, 2011:4) merupakan proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan menghabiskan barang dan jasa. Sedangkan menurut Winardi (dalam Sumarwan, 2011:4) merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli, dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa.¹

Perilaku konsumsi merupakan hasil belajar mahasiswa melalui pembiasaan, pengertian, maupun modeling, di lingkungan

¹ Agung Hryono, Niati Lisma, “ *Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (study kasus pada Mahasisi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012)*” Jurnal, Vol 9, No.1, Th.2016 , h.43.

rumah, kampus maupun masyarakat (Wahyuni, 2009: 138), semakin kuat pengaruh lingkungan sosial untuk berperilaku konsumsi irrasional maka akan semakin kuat pula perilaku berbelanja hedonis (Rohman, 2010: 1026), penanaman nilai-nilai keluarga yang baik akan membentuk perilaku konsumsi yang rasional (Narmaditya & Wulandari, 2015).

Lingkungan sosial, terutama keluarga telah berupaya untuk membiasakan para mahasiswa untuk mengatur perilaku konsumsi mereka dengan menetapkan uang saku tetap setiap bulannya dengan harapan para mahasiswa dapat mengatur pengeluaran mereka sesuai anggaran tetapi menurut hasil pengamatan pra penelitian, sebagian mahasiswa memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumsi kurang rasional.

Kondisi ini dapat juga terjadi karena pengaruh gaya hidup. Dimana, Pemilihan konsumsi yang dijalankan tidak lagi menunjukkan kemampuan seseorang untuk membedakan mana kebutuhan pokok dan mendesak dan mana kebutuhan tidak pokok (Sarah, 2012).

2.1.1.2 Faktor –faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi seseorang pasti berbeda dengan perilaku konsumsi orang lain. Hal ini terjadi karena perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Faktor ini terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri konsumen. Faktor ini meliputi: pendapatan konsumen, selera konsumen, komposisi rumah tangga, motivasi konsumen, dan kebiasaan konsumen.

Pendapatan konsumen dan komposisi rumah tangga merupakan faktor internal yang bersifat kuantitatif. Semakin banyak pendapatan maka semakin banyak konsumsinya. Begitu pula pada konsumsi rumah tangga. Semakin banyak konsumsinya maka semakin banyak pula konsumsinya. Faktor selera konsumen dan motivasi konsumen bersifat kualitatif sehingga faktor ini tidak dapat diukur dengan tepat.

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri konsumen atau berasal dari lingkungan sekitar dimana konsumen tinggal.

Faktor ini meliputi: harga barang, kebudayaan, barang pengganti, mode barang, dan status sosial. Semakin modern mode suatu barang dan semakin tinggi status sosial seseorang maka konsumsinya akan lebih banyak, begitu juga sebaliknya semakin rendah harga suatu barang maka konsumsinya semakin banyak. Apabila terdapat barang pengganti untuk suatu barang, maka konsumsi barang tersebut akan rendah.²

2.1.1.3 Perilaku Konsumsi Rasional dan Tidak Rasional

Perilaku konsumsi secara umum dibagi menjadi 2 yaitu perilaku konsumsi yang bersifat rasional dan irrasional. Yang dimaksudkan dengan perilaku konsumsi yang bersifat rasional adalah tindakan perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, yaitu seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan

² Astuti Rika Pristian Fitri, “ *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro*” Jurnal, Vol 3 No.2,Th.2016 H.50-51.

utama/primer, serta daya guna produk itu sendiri terhadap konsumen pembelinya.

Sedangkan perilaku konsumsi yang bersifat irrasional adalah perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon atau marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan.berikut beberapa ciri-ciri yang menjadi dasar perbedaan antara perilaku konsumsi yang bersifat rasional dan perilaku konsumsi yang bersifat tidak rasional.

Berikut ini beberapa ciri-ciri dari Perilaku Konsumen yang bersifat Rasional:

- a) Konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhan
- b) Barang yang dipilih konsumen memberikan kegunaan optimal bagi konsumen
- c) Konsumen memilih barang yang mutunya terjamin
- d) Konsumen memilih barang yang harganya sesuai dengan kemampuan konsumen

Beberapa ciri-ciri Perilaku Konsumen yang bersifat Irrasional:

- a) Konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak maupun elektronik
- b) Konsumen memilih barang-barang bermerk atau branded yang sudah dikenal luas
- c) Konsumen memilih barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau prestise.³

2.1.1.4 Prilaku Konsumsi Secara Syari'ah

Didalam syari'ah, konsumsi bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam mencapai kepuasan. Tujuan dari konsumsi islam adalah untuk mencapai masalah duniawi dan ukhrawi. Maslah duniawi tercapai dengan terpenuhinya kebutuhan kita contoh: sandang, pangan, papan, pendidikan, kesehatan serta hiburan.

³ <http://ciputrauceo.net/blog/2015/6/11/perilaku-konsumen> di akses pada 26 Agustus 2019.

konsumsi secara islam haruslah didapatkan dengan cara yang halal dan barang tersebut juga dihalalkan oleh islam. ⁴ konsumsi secara syariah merupakan penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan yang baik dan tepat agar kekayaan bisa dimanfaatkan dengan jalan sebaik mungkin.

Perilaku konsumsi muslim harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Penggunaan barang-barang yang bersih, baik, dan bermanfaat
2. Kewajaran dalam membelanjakan harta
3. Sikap kemurahan hati dan moralitas yang tinggi
4. Mendahulukan kebutuhan yang lebih prioritas⁵

Menurut Imam al –Ghazali kebutuhan (hajat) adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam

⁴ Zulfikar Bagus Pambuko, Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam*, Magelang: Unimma Press, 2018, h.19.

⁵ Atina Shofawati, Yolanda Hani Putriani, “*Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas AIRLANGGA Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas*”, Vol. 2 No. 7. Th. 2016.h.573.

rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Contohnya dalam hal kebutuhan akan makanan dan pakaian.

Pada tahapan ini mungkin tidak bisa dibedakan antara keinginan (shahwat) dan kebutuhan (hajat) dan terjadi persamaan umum antara *homo economicus* dan *homo islamicus*. Namun manusia harus mengetahui bahwa tujuan utama diciptakanya nafsu ingin makan adalah untuk menggerakkan mencari makanan dalam rangka menutup kelaparan.

Sehingga fisik manusia tetaplah sehat dan mampu menjalankan fungsinya secara optimal sebagai hamba Allah yang beribadah kepadanya.⁶ Dijelaskan dalam ayat Al-Quran surat Al-Maidah ayat 87:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ
 لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya: “ *hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa*

⁶ Zulfikar Bagus Pambuko, Fahmi Medias, *Ekonomi.....*, h.29.

yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

2.1.1.5 Tinjauan Teori Kebutuhan Maslow dalam Pemenuhan Kebutuhan Mahasiswa

Maslow (Ujang, 2011:26-29) menggunakan piramida sebagai peraga untuk memenuhi kebutuhan manusia. Berikut ini teori kebutuhan Maslow disusun dari tingkat rendah ke tinggi:

a) Kebutuhan Fisiologis

Kebutuhan ini dinamakan juga kebutuhan dasar, kebutuhan dasar ini harus dipenuhi. Oleh kehidupan manusia contohnya: makan, pakaian, rumah, kebutuhan biologis seperti buang air besar dan kecil. Ketika kebutuhan dasar ini terpenuhi maka perlu kebutuhan rasa aman. Kebutuhan fisiologis bagai mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan fisik antara lain: kantin kampus yang bersih dan sehat, ruang kelas yang nyaman, perpustakaan yang memadai, dll.

b) **Kebutuhan Keamanan dan Keselamatan**

Jenis kebutuhan ini meliputi jaminan keamanan, karena kebutuhan ini ada undang-undang, peraturan dan asuransi. Contoh seperti: Bebas dari ancaman/teror, penjajahan, dan rasa sakit. Kebutuhan akan rasa aman bagi peserta didik dapat dipenuhi melalui:

Mempersiapkan pembelajaran dengan baik (materi kuliah, media pembelajaran); sikap dosen yang menyenangkan, tidak menghakimi, dan tidak mengancam, mengendalikan perilaku mahasiswa di kelas, menegakkan disiplin dengan adil.

c) **Kebutuhan rasa cinta**

Kebutuhan ini adalah kebutuhan saling cinta dan sayang antar individu sehingga tidak ada rasa kesepian. Misalnya adalah: Memiliki teman, memiliki keluarga, kebutuhan cinta dari lawan jenis, dan lain-lain. Kebutuhan rasa cinta bagi peserta didik antara lain hubungan antara dosen dan mahasiswa dengan saling menjaga,

menasehati, dan akrab kemudian hubungan antara mahasiswa dengan mahasiswa seperti tolong-menolong dan tidak bertengkar.

d) Kebutuhan harga diri

Dalam kategori ini dibagi menjadi dua jenis, Eksternal dan Internal. Sub kategori eksternal adalah kebutuhan pujian, apresiasi dan penghargaan dari orang lain. Sedangkan sub kategori internal sudah lebih tinggi dari eksternal adalah kebutuhan percaya diri dan kekuatan. Kebutuhan harga diri bagi siswa antara lain:

- 1) Self-Estem (membangun rasa percaya diri mahasiswa)
- 2) Penghargaan dari Pihak lain (penghargaan pada siswa berprestasi)
- 3) Pengetahuan dan pemahaman Aesthetic (Estetik) seperti menata ruangan kelas secara rapi dan menarik, memelihara sarana dan prasarana yang ada di sekeliling kampus.

e) Kebutuhan aktualisasi

Kebutuhan ini merupakan perkembangan individu untuk memunculkan bakat dan keunikan. Hubungan teori Maslow dengan pendidikan. Kebutuhan aktualisasi memberikan kesempatan kepada para mahasiswa untuk melakukan yang terbaik, memberikan kebebasan kepada mahasiswa untuk menggali dan menjelajah kemampuan dan potensi yang dimilikinya, menciptakan pembelajaran yang bermakna dikaitkan dengan kehidupan nyata,

Perencanaan dan proses pembelajaran yang melibatkan aktivitas metakognitif mahasiswa, melibatkan mahasiswa dalam proyek atau kegiatan “self expressive” dan kreatif.⁷

⁷ Winaryo, Kiki, *Pengaruh Status Sosial*h.22-25.

2.1.2 Status Sosial Ekonomi Orang Tua

2.1.2.1 Pengertian Status Sosial Ekonomi

Nasution (2004:22) mendefinisikan status merupakan kedudukan seseorang dalam kelompok sosial. Kedudukan sosial (status sosial) adalah sehubungan dengan orang lain dalam arti lingkungan pergaulannya, prestasinya dan hak-hak serta kewajibannya. Kedudukan sosial tersebut mempengaruhi kedudukan orang dalam kelompok sosial berbeda.

Boeree (2010:127) berpendapat status merupakan harapan bersama sehubungan dengan pengaruh. Sedangkan Sherif dalam Boeree (2010:127) status merupakan kedudukan seseorang dalam hierarki kekuasaan ditengah-tengah unit sosial (kelompok atau sistem) yang diukur berdasarkan efektivitas relative untuk mengendalikan interaksi antar anggotakelompok, menentukan keputusan, dan aktivitas.

Cohen dalam Syarbaini dan Rusdiyanta (2009:58) status diartikan kedudukan sosial individu dalam suatu kelompok atau suatu tingkat sosial dari suatu kelompok dibandingkan kelompok lainnya. Syarbaini dan Rusdiyanta

(2009:58) menyimpulkan status sosial sebagai tempat seseorang seseorang, secara umum dalam masyarakat sehubungan dengan orang lain, didalam lingkungan pergaulan, prestise, hak-hak dan kewajibanya.⁸

Menurut Sangaji dalam Dian Eka (2011:30) mengatakan bahwa “ status sosial ekonomi adalah gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial dan ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan sebagainya”.Quin dalam Dian Eka (2011:30) menambahkan bahwa, “status sosial ekonomi adalah ukuran untuk menentukan posisi seseorang, yaitu berdasarkan pekerjaan, penghasilan dan keanggotaanya dalam perkumpulan sosial”.⁹

Menurut Sugihartono, dkk (2015:3) menyatakan status sosial ekonomi orang tua meliputi tingkat pendidikan orang tua, pekerjaan

⁸ Astarini Ita, “ *Pengaruh Self Efficacy, Prestise Profesi Guru dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Minat Menjadi Guru Akuntansi 2011 FE UNNES*” , Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2015,h.39-40.

⁹Astuti Rika Pristian Fitri, “ *Pengaruh Statush.51.*

orang tua, penghasilan orang tua.¹⁰Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa status sosial ekonomi adalah kedudukan atau status orang tua dalam masyarakat berdasarkan kriteria ekonomi, pendidikan, serta kekuasaan atau jabatan sosial yang dimiliki orang tua didalam masyarakat.

2.1.2.2 Pengukuran Status Sosial Ekonomi

Ada tiga faktor yang mempengaruhi status sosial ekonomi yaitu: (1) Penghasilan atau kekayaan Menurut Danang sanyoto (2002:34) Penghasilan adalah pendapatan rata-rata yang diperoleh dari pekerjaan yang ditekuni dalam kehidupan sehari-hari. Artinya adalah Tingkat pendapatan orang tua biasanya didasarkan atas pekerjaan yang mereka lakukan pada suatu instansi baik instansi pemerintah maupun swasta, dari pekerjaan itu mereka akan mendapatkan suatu penghasilan sesuai dengan yang diberikan oleh pihak yang bersangkutan dimana mereka bekerja.

¹⁰ Joko Widodo, Lilis Nur Chotimah, Hety Mustika Ani, “ *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Siswa (study kasus siswa kelas VII SMP Negeri 1 Jember Tahun Ajaran 2016/2017)*” Jurnal, Vol 11 No.1 Th 2017 H.75.

(2). Pekerjaan Menurut Setiadi J. Nugroho (2003:34) Pekerjaan adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang tua siswa untuk mencari nafkah. Pekerjaan yang ada di masyarakat semakin bertambah banyak yang masing-masing menuntut keterampilan, kemampuan, keahlian, dan pendidikan.

(3). Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.¹¹

¹¹ Astuti Rika Pristian Fitri, “ *Pengaruh Status Sosial h.51-52.*

2.1.3 Kelompok Teman Sebaya (Peer Group)

2.1.3.1 Pengertian Kelompok Teman Sebaya

Teman sebaya (Peer Group) adalah kelompok sosial yang anggotanya terdiri dari orang yang memiliki usia sebaya, baik anak-anak, orang dewasa, orang tua, mereka memiliki kesamaan dalam berfikir, bertindak dan juga berangan-angan. Mereka di satukan oleh kesamaan-kesamaan tersebut. Kelompok ini diperkirakan menjadi kelompok yang berperan penting dalam proses sosialisai diantara mereka.

Kelompok teman sebaya memiliki gaya hidup yang hampir sama diantara teman sebayanya. Solidaritas diantara teman sebaya muncul sebagai bagian dari kehidupan mereka. Mereka akan merasa menjadi bagian dari suatu kelompok, dan kelompok tersebut sebagai identitas mereka dalam kehidupan bersama. Mereka akan merasa memiliki satu dengan yang lain. Kesamaan mereka adalah energy yang menyatukan mereka kelompok sebaya (Soeroso, 2006:87-88).

Dalam kehidupan seseorang, kelompok yang pertama kali sebagai kelompok rujukanya adalah keluarga. Seiring dengan berjalanya waktu,

actor, kampus khususnya dosen menjadi kelompok rujukan berikutnya sebagai mahasiswa, kemudian seiring dengan perkembangan waktu kelompok teman sebaya (peer group) menjadi kelompok rujukan (reference group) dalam mengembangkan sikap dan perilaku sosialisasi kelompok teman sebaya bersifat informan dan langsung.¹²

Kelompok teman sebaya yang menjadi rujukan bisa beragam, kelompok teman sebaya bisa berbentuk karena seprofesi, sehobi, sekelas, sealumni, sekampung, dan sedaerah. Kelompok rujukan bisa pula beragam tergantung rujukan yang berkaitan dengan apa. Misalnya motivasi dan kerja keras yang dirujuk adalah kelompok seprofesi, sedangkan untuk berpolitik misalnya teman sepengajian atau sehobi (Damsar. 2011:74-76).

Didalam Martono (2008) kelompok teman sebaya berfungsi sebagai fasilitator dalam pengembangan kehendak bebasnya. Kelompok

¹² Situmorang, Dessy Natasya, "Peranan Kelompok Teman Sebaya (Peer Group) dalam Pencegahan penyalahgunaan Narkoba didesa Batukarang Kecamatan Payung Kabupaten Karo". Skripsi, Medan: Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2018, h.12-14

sebayu menjadi sarana ketika remaja aktif dan keluar dalam usaha memisahkan diri dari orang tua.

2.1.3.2 Ciri –ciri Kelompok Teman Sebaya

Menurut Santoso (1999:87) ciri-ciri kelompok teman sebaya (peer group) adalah sebagai berikut:

- a) Tidak mempunyai struktur organisasai yang jelas
- b) Peer group terbentuk secara spontan. Diantara anggota kelompok mempunyai kedudukan yang sama, tetapi ada satu diantara anggotakelompok yang dianggap sebagai pemimpin. Diamana semua anggota beranggapan bahwa dia memang pantas dijadikan sebagai pemimin, biasanya disegani dalam kelompok itu.
- c) Bersifat sementara
karena tidak adanya struktur yang jelas, maka kelompok ini kemungkinan tidak bisa bertahan lama, jika yang menjadi keinginan masing-masing anggota kelompok tidak tercapai, atau

karena keadaan yang memisahkan mereka seperti pada teman sebaya disekolah.¹³

- d) Peer group mengajarkan kebudayaan yang luas Universitas Islam Negeri Walisongo, misalnya teman sebaya di kampus atau sekolah, mereka umumnya terdiri dari individu yang berbeda-beda lingkungannya, yang mempunyai aturan atau kebiasaan yang berbeda-beda.

Lalu mereka memasukkannya dalam kelompok sebaya sehingga mereka saling belajar secara tidak langsung tentang kebiasaan itu, dan dipilih yang sesuai dengan kelompok, kemudian dijadikan kebiasaan kelompok

Anggotanya adalah individu yang sebaya. Contoh konkretnya pada ana-anak usia SMP atau SMA dan juga Mahasiswa.

2.1.3.3 Macam -macam Kelompok Teman Sebaya

Menurut para ahli yang dikutip oleh Andi Mappiare (1982:158) terdapat kelompok-kelompok

¹³ Siitumorang, Dessy Natasya, "Peranan Kelompok Teman Sebaya (Peer Group),h.14-15

yang terbentuk dalam masa remaja, kelompok-kelompok tersebut adalah:

a) Kelompok “ Chums” (sahabat karib)

Chums yaitu kelompok dalam mana bersahabat karib dengan ikatan persahabatan yang sangat kuat. Anggota kelompok biasanya terdiri dari 2-3 remaja dengan jenis kelamin yang sama, memiliki minat, kemampuan dan kemauan-kemauan yang mirip. Beberapa kemiripan itu membuat mereka sangat akrab, walaupun kadang-kadang terjadi juga perselisihan, tetapi dengan mudah mereka melupakan.

b) Kelompok “ Cliques” (komplotan sahabat)

Cliques biasanya terdiri dari 4-5 remaja yang memiliki minat, kemampuan, dan kemauan-kemauan yang relatif sama. Cliques biasanya terdiri dari penyatuan dua pasang Cliques yang terjadi pada tahun-tahun pertama masa remaja awal, jenis kelamin remaja dalam satu Cliques umumnya sama.

- c) Kelompok “ Crowds” (kelompok banyak remaja)

Crowds biasanya terdiri dari banyak remaja, lebih besar dibanding Cliques. Karena besarnya kelompok, maka jarak emosi antara anggota juga agak renggang. Dengan demikian terdapat kemampuan, minat dan kemauan diantara para anggota Crowds.

- d) Kelompok yang diorganisir

Kelompok yang diorganisir merupakan kelompok yang sengaja dibentuk dan diorganisir oleh orang dewasa yang biasanya melalui lembaga-lembaga tertentu misalnya sekolah/ kampus. Kelompok ini timbul atas dasar kesadaran orang dewasa bahwa remaja sangat membutuhkan penyesuaian pribadi dan sosial, penerimaan dan ikut serta dalam suatu kelompok-kelompok.

- e) Kelompok “Gangs”

Gangs merupakan kelompok yang terbentuk dengan sendirinya yang pada umumnya merupakan akibat pelarian dari empat jenis kelompok tersebut diatas. mereka belajar

memahami teman-teman mereka dan peraturan yang ada.¹⁴

2.1.3.4 Fungsi Kelompok Teman Sebaya

Remaja memiliki kebutuhan yang kuat untuk disukai dan diterima kawan sebaya atau kelompok. Sebagai akibatnya, mereka akan merasa senang apabila diterima dan sebaliknya akan merasa sangat tertekan dan cemas apabila dikeluarkan dan diremehkan oleh kawan-kawan sebayanya. Bagi remaja pandangan kawan-kawan terhadap dirinya merupakan hal yang paling penting. Santrock (2007:55) mengemukakan bahwa salah satu fungsi terpenting dari kelompok teman sebaya adalah:

- 1) Sebagai sumber informasi mengenai dunia diluar keluarga
- 2) Memperoleh umpan balik mengenai kemampuannya dari kelompok teman sebaya
- 3) Mempelajari abhwa apa yang mereka lakukan itu lebih baik, sama baik, atau kurang baik, dibandingkan remaja-remaja lainnya.

¹⁴https://www.academia.edu/24438238/PERANAN_KELOMPOK_TEMAN_SEBAYA_PEER_GROUP_DALAM_PERKEMBANGAN_REM_AJA, di akses pada 22 Juli 2019.

- 4) Mempelajari hal-hal tersebut tidaklah mudah dilakukan karena saudara kandung biasanya lebih tua atau lebih muda. Maka dari itu, sebagian besar interaksi dengan teman-teman sebaya berlangsung diluar rumah (meskipun dekat rumah),

lebih banyak berlangsung ditempat-tempat yang memiliki privasi dibandingkan ditempat umum, dan lebih banyak berlangsung diantara anak-anak dengan jenis kelamin yang sama dibandingkan jenis kelamin yang berbeda.¹⁵

2.1.3.5 Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi

Kelompok acuan adalah individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai pengaruh nyata bagi individu (Suryani 2013). Perilaku konsumsi dan pengambilan keputusan konsumen sering dipengaruhi melalui interaksi kelompok sebaya.

Myers (2010) menyebutkan kelompok teman sebaya adalah dua orang atau lebih yang memiliki usia sama yang berinteraksi dalam waktu

¹⁵ <https://herrystw.wordpress.com/2013/01/05/teman-sebaya/>, di Akses pada tanggal 21 Juli 2019.

yang lama dan mempengaruhi satu sama lain serta satu sama lain sebagai kita. Teman sebaya sebagai kelompok yang lebih memberikan pengaruh dalam cara berpakaian, hobi, perkumpulan (club) dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya.

Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang, dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya didalam pergaulan. Untuk menghindari penolakan teman sebaya maka mahasiswa cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik didalam kelompok sebayanya.¹⁶

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

No	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian yang Digunakan	Alat Analisis yang Digunakan	Hasil Penelitian

¹⁶.St.Sunarto, Nurita Dewi, Rusdarti, “ *Pengaruh Lingkungan.....*, h.34.

			n		
1.	Kiki Winaryo (2017) Jurnal, Ekonomi	Pengaruh Status Sosial Ekonomi dan kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku konsumsi kelas XI IPS di SMAN 1 Rembang Purbalingga	Variabel terikat (dependen t variable), yaitu: perilaku konsumsi (Y). Variabel bebas (independent variable), yaitu: status sosial ekonomi (X1) dan kelompok teman sebaya	Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar angket atau kuesioner, penelitian asosiatif untuk mengetahui hubungan kausal atau hubungan yang bersifat sebab akibat, meliputi variabel yang mempengaruhi	Status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI SMA Negeri 1 Rembang Purbalingga

			(X2).	uhi dan variabel yang dipengaruhi .	Angkatan Tahun 2016/2017, dengan besar pengaruh secara bersama-sama sebesar 21,8%.
2.	Sri Astuti Setianingsih (2018) Jurnal, Ekonomi dan Bisnis Islam	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Variabel terikat (dependen variable), yaitu: perilaku konsumsi (Y). Variabel bebas (independ	Alat analisis dengan metode penelitian kuantitatif , menggunakan lembar angket atau kuesioner,	Hasil pengujian secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pengaruh status sosial

		(study kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Purwokerto	ent variable), yaitu: status sosial ekonomi (X1) dan gaya hidup(X2)		ekonomi orang tua dan gaya hidup perilaku konsumtif
3.	Riska Pristian fitri Astuti (2016) Jurnal, Pendidikan Ekonomi	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku	Variabel terikat (dependent variable), yaitu: perilaku konsumsi (Y). Variabel bebas (independ	Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar angket atau kuesioner, uji statistik yang digunakan yaitu uji regresi	berdasarkan hasil perhitungan secara simultan pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi,

		Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro	ent variable), yaitu: status sosial ekonomi orang tua (X1) dan literasi ekonomi dan life syle (X2).	linier berganda.	dan life style terhadap perilaku konsumsi, pada taraf signifikansi 5%,
4.	Iwan Darmawan (2017) Jurnal, pendidikan dan Ekonomi	Pengaruh status sosial ekonomi dan lingkungan teman sebaya terhadap minat	Variabel terikat (dependent variable), yaitu: minat melanjutkan study (Y).	Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan ekspost	-Status sosial ekonomi tidak berpengaruh terhadap melanjutkan study ke

		melanjut an study ke perguruan tinggi pada siswa	Variabel bebas (independ ent variable), yaitu: status sosial ekonomi (X1) dan lingkunga n teman sebaya (X2).	facto	perguruan tinggi - terdapat pengaruh signifikan lingkunga n teman sebaya terhadap melanjut an study ke perguruan tinggi
--	--	--------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.3 Hipotesis Penelitian

Secara etimologi hipotesis berasal dari kata hypo yang berarti kurang dari, dan thesis yang berarti pernyataan dan pendapat.¹⁷Hipotesis merupakan populasi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan jawaban sementara atas

¹⁷ Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 81.

pertanyaan penelitian.¹⁸Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru di dasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris dengan data¹⁹, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ho: Status Sosial Ekonomi Orang Tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
H1: Status Sosial Ekonomi Orang Tua berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
2. Ho: Kelompok teman sebaya tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

¹⁸ Bambang Prasetyodan Lina Mifatahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012, hlm. 76

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2010, hlm. 64

H1: Kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

2.4 Kerangka Teori

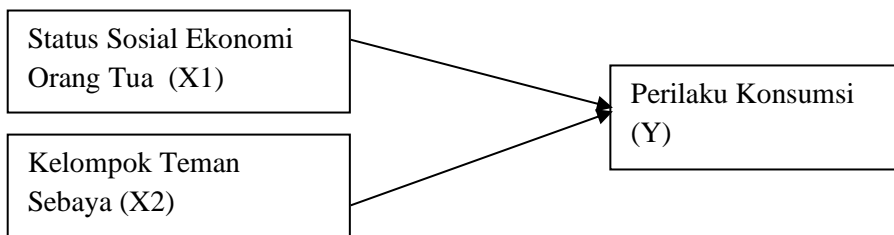
Konsumsi adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam menghabiskan nilai barang dan jasa. Permasalahan yang terjadi di kampus ialah perilaku konsumsi mahasiswa yang berlebihan ditemukan pada kelompok-kelompok tertentu yang anggotanya memiliki karakteristik yang sama, terutama dilihat dari kemampuan keluarga dalam mendukung kebutuhan sehari-harinya. Banyak mahasiswa yang menghabiskan uangnya untuk keperluan makan dan minum di kantin hingga untuk membeli barang-barang yang tidak ada hubungannya dengan tugas kuliah.

Namun, belum diketahui gambaran secara jelas apakah perbedaan status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dan belum diketahui pula seberapa besar kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap konsumsi mahasiswa. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil analisa mengenai bagaimana pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Model konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka pemikiran teoritis pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.1

Kerangka Teori



Penelitian sebelumnya hanya berfokus pada karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, banyaknya uang saku dan jenis pekerjaan orang tua saja. Sedangkan secara garis besar, penelitian ini berfokus pada Bagian pertama peneliti memfokuskan pada data mengenai status sosial ekonomi orang tua seperti penghasilan, Bagian kedua peneliti memfokuskan pada data mengenai kelompok teman sebaya meliputi indikatornya dan bagian ketiga merupakan data mengenai perilaku konsumsi siswa berdasarkan indikatornya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber data

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field study reseach) yaitu pengamatan langsung ke obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan.¹Di dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yaitu penelitian dengan menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika, yaitu data-data kuantitatif yang dikumpulkan melalui pengukuran.²

3.1.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2008, h.17.

²Syaifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Jakarta : Pustaka Pelajar, 1999, h. 20.

merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.³

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek penelitian.⁴Data primer diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) kepada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder data yang kita butuhkan yang diperoleh dari literatur, jurnal, majalah, koran, dan lain-lain atau data-data yang berhubungan dengan penelitian.⁵Atau data yang berasal dari orang-orang kedua atau bukan data yang datang secara langsung.

³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006, h. 129.

⁴M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Kencana Group, 2005, h. 132.

⁵*Ibid.*

Data ini mendukung pembahasan dan penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang diperoleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian tersebut. Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil dari buku-buku, brosur, jurnal, website, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.⁶Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa D3 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang.Angkatan 2015-2018 yang berjumlah 1.964 mahasiswa.

⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, cet.3, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 74

Tabel 3.1

NO	PRODI									TOTAL		
		2015		2016		2017		2018		L	P	JM L
		L	P	L	P	L	P	L	P			
1.	D3 Perbankan Syari'ah	7	1	25	95	12	57	6	22	50	175	225
2.	SI Ekonomi Islam	48	104	56	107	62	137	75	101	241	449	690
3.	SI Perbankan Syari'ah	46	91	35	91	50	109	39	123	170	414	584
4.	SI Akuntansi Syari'ah	11	59	42	76	25	90	29	91	107	316	423
5.	SI Manajemen							21	21	21	21	42
										589	1.37 5	1.96 4

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi ini. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk

populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).⁷

Teknik yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$S = \frac{N}{N(e)^2+1} = \frac{1.964}{1.964(0,1)^2+1} = \frac{1.964}{1.964(0,01)+1} = \frac{1.964}{19.64} = 100$$

Keterangan:

S = Sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (margin of eror)

Berdasarkan rumus slovin tersebut dengan tingkat kesalahan 10%,maka diperoleh jumlah sampel 100 responden.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data melalui dua cara, yaitu:

⁷Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian, Bandung*: Alfabeta, 2014, h. 62.

3.3.1 Wawancara (interview)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.⁸Wawancara (interview) yaitu cara untuk mendapatkan informasi atau data dari responden (interviewee) dengan mengajukan pertanyaan secara langsung (face to face) antara pewawancara (interviewer) dan yang diwawancarai (interviewee).⁹

Dalam penelitian ini, penulis secara langsung melakukan wawancara kepada beberapa mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.sebagai salah satu pendukung yang memperkuat data.

3.3.2 Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket yaitu daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h. 130.

⁹Yusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012, h. 152.

pengawasan peneliti.¹⁰Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang didistribusikan kepada responden untuk diisi sehingga hasil isian dari responden merupakan tanggapan dan jawaban atas berbagai pertanyaan yang diajukan dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang mereka ketahui. Kuesioner penelitian didistribusikan mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Dalam penelitian ini, sistem pengolahan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan skala likert. Skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok ke dalam 4 poin skala dengan interval yang sama. Skala ini untuk variabel independen X1 dan X2 dan variabel dependen Y. Berikut sekor pernyataan kuesioner sebagai berikut:¹¹

¹⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, h. 128.

¹¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, h.26.

Tabel 3.2
Skor Pernyataan
Variabel X1, X2, dan Y

No	Pernyataan	Skor
1.	Jawaban sangat setuju (SS)	5
2.	Jawaban setuju (S)	4
3.	Jawaban netral (N)	3
4.	Jawaban tidak setuju (TS)	2
5.	Jawaban sangat tidak setuju (STS)	1

3.3.3 Teknik Pengamatan (observasi)

Teknik pengamatan menuntut adanya pengamatan dari seseorang peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap yang diteliti dengan menggunakan instrument yang berupa pedoman penelitian dalam bentuk lembar pengamatan atau lainnya.¹²

3.3.4 Metode Dokumentasi

Metode pengumpulan data melalui buku, jurnal, majalah, situs internet yang berkaitan dengan penelitian

¹²Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008, h. 150.

yang dilakukan dan menjadi bahan referensi pendukung bagi peneliti.

3.4. Variabel Penelitian dan Pengukuran

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau aspek dari orang maupun obyek yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel bebas (independent variable)

Variabel bebas merupakan sejumlah gejala dengan berbagai unsur yang ada di dalamnya yang menentukan mempengaruhi adanya variabel-variabel terikat. Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah status sosial ekonomi orang tua (X1) dan kelompok teman sebaya (X2).

b. Variabel terikat (dependent variable)

Variabel terikat yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain (Independent variable)

atau variabel bebas).¹³Variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku konsumsi (Y).

3.4.2 Variabel Pengukuran

Pengukuran merupakan suatu proses deduktif. Peneliti berangkat dari suatu konstruksi, konsep, dan ide, kemudian menyusun perangkat ukur untuk mengamatinya secara empiris.¹⁴Dari penjelasan diatas maka, tabel variabel penelitian dan variabel pengukuran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3

Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Status sosial ekonomi orang tua (X1)	Status sosial ekonomi adalah gambaran tentang	1. Pendidikan 2. Pekerjaan 3. kebutuhan 4. fasilitas	Diukur melalui angket dengan menggunakan

¹³Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, 2012, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, h. 89.

¹⁴ *Ibid*, h. 89.

	keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial dan ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan sebagainya		skala likert
Kelompok teman sebaya (X2)	Teman sebaya (Peer Group) adalah kelompok sosial yang anggotanya terdiri dari orang yang memiliki usia	1. Interaksi sosial yang dilakukan 2. kebiasaan yang dilakukan teman sebaya 3. keinginan meniru (imitasi) 4. sikap	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert

	sebaya, baik anak-anak, orang dewasa, orang tua, mereka memiliki kesamaan dalam berfikir, bertindak dan juga berangan-angan.	solidaritas 5.memberikan pengetahuan yang tidak bisa diberikan oleh keluarga secara memuaskan atau memberikan pengalaman baru 6.dorongan dan dukungan teman sebaya	
Prilaku konsumsi (Y)	Menurut Samuelson & Nordhaus (dalam Tama, 2014:14) konsumsi adalah pengeluaran untuk pembelian	1.Sebelum membeli 2. membeli 3.menggunakan 4.mengevaluasi	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert

	barang-barang dan jasa akhir guna mendapatkan kepuasan ataupun memenuhi kebutuhannya.		
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

3.5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel yang mempengaruhi variabel yang lain agar data yang dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat maka harus diolah atau dianalisis sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi

koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0.05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.¹⁵Jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid), dan sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel dinyatakan tidak valid.

Koefisien korelasi item total dengan Bivariate Pearson (korelasi Bivariate Pearson Product Moment) dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Keterangan:

r_{ix} = koefisien korelasi item total (Bivariate Pearson)

i = skor item

x = skor total

n = banyak subyek

¹⁵Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, Yogyakarta: MediaKom, 2010, h. 90.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama pula.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai Alpha melebihi 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut reliabel. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach.¹⁶

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan pengujian statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda atau data yang bersifat ordinary least square yang merupakan salah satu metode dalam analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas terdapat masalah-masalah

¹⁶Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002, h.135.

asumsi klasik. Ada beberapa asumsi yang harus terpenuhi yaitu:

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk melihat apakah variabel independen maupun variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Pengujian normalitas data menggunakan test of normality kolmogorov-semirnov dalam SPSS. dalam pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (asymptotic significant), yaitu:¹⁷

Jika probabilitas $>0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.

Jika probabilitas $<0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

Suatu data dikatakan normal apabila perbedaan antara nilai prediksi dengan skor sesungguhnya atau eror terdistribusi secara simetri disekitar nilai means sama dengan nol. Normalitas dari suatu variabel dapat dideteksi

¹⁷ Dwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media, cet.1, 2010, h.54-58.

dengan uji statistik, dan jika nilainya lebih dari 0,5 maka data tersebut dinyatakan normal.

3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieritas.¹⁸

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan korelasi yang kuat antar variabel independen.

Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Menurut Ghozali, Identifikasi keberadaan multikolinieritas dapat dilihat dari: nilai toleransi dan lawannya variance inflation factor (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian

¹⁸ *Ibid.* h. 62

sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregresikan terhadap independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan Nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1 / \text{Tolerance}$).

Nilai Cutoff yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance < 0.1 atau sama dengan nilai VIF > 10 .¹⁹

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi heteroskedastisitas kebanyakan data cross section

¹⁹ Duwi Priyatno, *Teknik...*, h. 67.

mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Cara menganalisis asumsi heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana:

- Jika penyebaran data scatter plot teratur dan membentuk pola tertentu (naik urun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan menjadi problem heteroskedastisitas.
- Jika penyebaran data pada scatter plot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

3.5.4 Uji Regresi Linear Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Pengertian analisis regresi linier berganda adalah analisis yang

digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).²⁰ Rumus analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis-hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian (variabel dependen)

X1 : Variabel harga (variabel independen)

X2 : Variabel kualitas produk (variabel independen)

A : Konstanta

b1 : Koefisien regresi variabel kualitas produk

b2 : Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

e : error

3.5.4.1 Uji t

Uji t Parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual.

a) Merumuskan hipotesis statistik

²⁰ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 277.

- 1) $H_0 : \beta_1 = 0$, maka X_1 dan X_2 secara parsial (sendiri-sendiri) tidak berpengaruh signifikan terhadap Y .
 - 2) $H_1 : \beta_1 > 0$, maka X_1 dan X_2 secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh signifikan terhadap Y
- b) Kaidah pengambilan keputusan
- 1) Terima H_0 , jika $t\text{-hitung} < t\text{ tabel}$.
 - 2) Tolak H_0 , jika $t\text{-hitung} > t\text{ tabel}$

Kaidah pengambilan keputusan dalam Uji-t dengan menggunakan SPSS adalah :

- 1) Jika probabilitas > 0.05 maka H_0 diterima, H_1 ditolak.
- 2) Jika probabilitas < 0.05 maka H_0 ditolak, H_1 diterima.²¹

3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin banyak

²¹*Ibid.*,h. 525.

kemampuan variable X menerangkan variabel Y dimana $0 < R^2 < 1$.

Sebaliknya, jika R^2 (semakin kecil, mendekati nol, maka akan dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel variabel terkait). Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.²²

3.5.4.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Merumuskan hipotesis statistik:

- a) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya X_1 dan X_2 secara simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh signifikan terhadap Y .
- b) $H_1 : \beta_1 = \beta_2 \neq 0$, artinya X_1 dan X_2 secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Y . (Sudjana, 1996:355)

Kaidah pengambilan keputusan:

²²Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahannya*, Yogyakarta: Andi, 2010, h. 89.

- 1) Jika nilai F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak.
- 2) Jika nilai F hitung $< F$ tabel maka H_0 diterima.

Kaidah pengambilan keputusan dalam Uji-F dengan menggunakan SPSS adalah:

- a) Jika Probabilitas > 0.05 , maka H_0 diterima, H_1 ditolak.
- b) Jika probabilitas < 0.05 maka H_0 ditolak, H_1 diterima.

Uji F digunakan untuk menguji semua variabel independen dalam model berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu: membandingkan antara F hitung dengan F tabel pada derajat kebesaran tingkat kepercayaan tertentu.²³

²³Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat, 2007, h. 523.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi penelitian

4.1.1 Gambaran umum penelitian

Penelitian ini dilaksanakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang. Perguruan Tinggi ini beralamat di Jalan Prof. Hamka (Kampus 111), Ngaliyan, Kota Semarang 50185 Jawa Tengah. Untuk saat ini jumlah mahasiswa di Fakultas Febi semakin meningkat setiap tahunnya dengan jumlah mahasiswa dari angkatan 2015-2018 yaitu 1.964 mahasiswa. dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah 100 mahasiswa, yang semuanya merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang.

- a. Visi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang
Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038.
- b. Misi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang
 - a) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis islam yang responsive terhadap kebutuhan masyarakat.

- b) Menyelenggarakan penelitian dan gambaran ilmu ekonomi dan bisnis islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.
 - c) Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat dibidang ekonomi dan bisnis islam.
 - d) Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang ekonomi dan bisnis islam
 - e) Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional dibidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
 - f) Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan professional berstandar internasional.
- c. Tujuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
- a) Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan professional bidang ekonomi dan bisnis islam dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
 - b) Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi dan bisnis islam yang kontributif bagi peningkatan kualitas kehidupan

masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara.

- c) Berkontribusi dalam membangun dan memberdayakan ekonomi masyarakat berbasis nilai-nilai Islam dibidang ekonomi dan bisnis
- d) Berperan dalam melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai luhur budaya ekonomi bangsa sebagai manifestasi integrasi Islam dalam kearifan lokal dalam berekonomi.
- e) Terbangunya jaringan yang kokoh, fungsional dan sinergis dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan keilmuan dan kemasyarakatan
- f) Terwujudnya tata kelola kelembagaan yang maju, berkualitas dan berdaya saing internasional.

4.1.2 Deskripsi Responden

Deskripsi data menjelaskan mengenai identitas dari mahasiswa yang berjumlah 100 orang. Deskripsi ini berdasarkan jurusan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden berdasarkan Jurusan

Prodi	Jumlah Responden	Presentase
D3 Perbankan Sy'ariah (Angkatan 2015-2018)	11 Mahasiswa	11%
Ekonomi Islam (Angkatan 2015-2018)	35 Mahasiswa	35%
S1 Perbankan Sya'riah (Angkatan 2015-2018)	30 Mahasiswa	30%
Akuntansi Syari'ah (Angkatan 2015-2018)	22 Mahasiswa	22%
Manajemen (Angkatan 2018)	2 Mahasiswa	2%
Total	100 Mahasiswa	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah,2019

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden adalah jurusan Ekonomi Islam dengan jumlah 35 orang atau 35%, sedangkan S1 Perbankan Syariah berjumlah 30 orang atau 30%.

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dari penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas yaitu status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya serta satu variabel terikat yaitu perilaku konsumsi. Data-data dari variabel ini diungkap menggunakan kuesioner.

4.1.3.1 Status sosial ekonomi (X1)

Pada status sosial ekonomi, penilaian dilakukan dengan 4 indikator, pendidikan, pekerjaan,kebutuhan fasilitas, diantaranya adalah Berikut :

Pendidikan Terakhir Orang Tua

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang pendidikan terakhir orang tua

Kriteria	SS	S	N	T	ST	Tota
Frekuen si	30	58	11	1	0	100
Presenta se	30 %	58 %	11 %	1 %	%	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden diperoleh tentang variabel Status Sosial Ekonomi (X1) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 58 responden (58%) memberikan tanggapan setuju mengenai tingkat pendidikan terakhir orang tua mempengaruhi pendapatan orang tua. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden memberikan jawaban sangat tidak setuju, dan 1% memberikan tanggapan tidak setuju. 30 responden atau 30% memberikan tanggapan sangat setuju, 11 responden atau 11% memberikan tanggapan netral.

a) Pekerjaan Orang Tua

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang pekerjaan orang tua

Kriteria	SS	S	N	T	ST	Tota l
Frekuens i	40	52	8	0	0	100
Presenta se	40 %	52 %	0 %	%	%	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden diperoleh tentang variabel Status Sosial Ekonomi (X1) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 52 responden (52%) memberikan tanggapan setuju mengenai status pekerjaan orang tua menjadikan saya untuk lebih berhemat dalam konsumsi. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden memberikan jawaban sangat tidak setuju, dan tidak setuju 40 responden atau 40% memberikan tanggapan sangat setuju, 8

responden atau 8% memberikan tanggapan netral.

b) Kebutuhan

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang pemenuhan kebutuhan

Kriteria	SS	S	N	T	ST	Tota l
Frekuen si	41	47	12	0	0	100
Presenta se	41 %	47 %	12 %	%	%	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden diperoleh tentang variabel Status Sosial Ekonomi (X1) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 47 responden (47%) memberikan tanggapan setuju mengenai orang tua tidak selalu memberikan apa anda minta guna untuk memenuhi kebutuhan dalam berkonsumsi. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden memberikan jawaban sangat tidak setuju, dan tidak setuju 41 responden atau 41% memberikan

tanggapan sangat setuju,12 responden atau 12% memberikan tanggapan netral.

c) kebutuhan

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden

Kriteria	SS	S	N	T	ST	Total
Frekuensi	29	50	18	3	0	100
Presentase	29%	50%	18%	3%	0%	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden diperoleh tentang variabel Status Sosial Ekonomi (X1) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 50 responden (50%) memberikan tanggapan setuju mengenai orang tua saya tidak selalu tepat waktu dalam memberikan uang saku/ jajan untuk memenuhi kebutuhan dalam mengkonsumsi..Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden memberikan jawaban sangat tidak setuju,dan 3% memberikan tanggapan tidak setuju. 29 responden atau

29% memberikan tanggapan sangat setuju, 18 responden atau 18% memberikan tanggapan netral.

d) Fasilitas

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang fasilitas

Kriteria	SS	S	N	T	ST	Tota
				S	S	l
Frekuensi	34	59	7	0	0	100
Presentase	34 %	59 %	7 %	%	%	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden diperoleh tentang variabel Status Sosial Ekonomi (X1) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 59 responden (59%) memberikan tanggapan setuju mengenai orang tua memfasilitasi kendaraan guna memenuhi kebutuhan. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju

34 responden atau 34% memberikan tanggapan sangat setuju, 7 responden atau 7% memberikan tanggapan netral.

e) Fasilitas

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang fasilitas dalam belajar

Kriteria	SS	S	N	T S	ST S	Tota l
Frekuensi	38	55	7	0	0	100
Presentase	38 %	55 %	7 %	%	%	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden diperoleh tentang variabel Status Sosial Ekonomi (X1) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 55 responden (55%) memberikan tanggapan setuju orang tua memberikan fasilitas berupa alat komunikasi laptop dan lain sebagainya guna mendukung proses belajar anda. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju

38 responden atau 38% memberikan tanggapan sangat setuju, 7 responden atau 7% memberikan tanggapan netral.

4.1.3.2 Kelompok teman sebaya (X2)

Pada kelompok teman sebaya, penilaian dilakukan dengan 6 indikator, Interaksi sosial yang dilakukan, kebiasaan yang dilakukan teman sebaya, sikap solidaritas, keinginan meniru, memberikan pengetahuan yang tidak bisa diberikan oleh keluarga secara memuaskan atau memberikan pengalaman baru, dorongan dan dukungan teman sebaya. Berikut:

a) Interaksi sosial yang dilakukan

Tabel 4.8

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang Interaksi sosial

Kriteria	SS	S	N	T	ST	Total
Frekuensi	42	52	6	0	0	100
Presentase	42%	52%	6%	0%	0%	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden diperoleh

tentang variabel kelompok teman sebaya (X2) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 52 responden (52%) memberikan tanggapan setuju mengenai membicarakan barang yang sedang trend dikalangan anak muda. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden atau 0% yang memberikan tanggapan tidak setuju dan sangat tidak setuju. 42 responden atau 42% memberikan tanggapan sangat setuju, 6 responden atau 6% memberikan tanggapan netral.

b) kebiasaan yang dilakukan teman sebaya

Tabel 4.9

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang kebiasaan

Kriteria	SS	S	N	T	ST	Tota
				S	S	1
Frekuensi	37	54	8	1	0	100
Presentase	37%	54%	8%	1%	0%	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden diperoleh tentang variabel kelompok teman

sebayu (X₂) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 54 responden (54%) memberikan tanggapan setuju mengenai sama seperti teman-teman membeli suatu barang setiap bulanya. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden atau 0% yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju. 37 responden atau 37% memberikan tanggapan sangat setuju, 8 responden atau 8% memberikan tanggapan netral. 1 responden atau 1% memberikan tanggapan tidak setuju.

c) Sikap solidaritas

Tabel 4.10

Distribusi Frekuensi Tanggapan
Responden Tentang sikap solidaritas

Kriteria	SS	S	N	T	ST	Tota l
Frekuensi	26	59	13	1	1	100
Presentase	26 %	59 %	14 %	1 %	1% 	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden diperoleh tentang variabel kelompok teman

sebayu (X2) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 59 responden (59%) memberikan tanggapan setuju mengenai saya memiliki pendapat yang sama dengan teman-teman dalam memilih barang. Kemudian presentase terendah sebesar 1 responden atau 1% memberikan tanggapan sangat tidak setuju dan tidak setuju. 26 responden atau 26% memberikan tanggapan sangat setuju, 13 responden atau 13% memberikan tanggapan netral.

d) keinginan meniru

Tabel 4.11

Distribusi Frekuensi Tanggapan
Responden Tentang keinginan meniru

Kriteria	SS	S	N	T	ST	Tota l
Frekuensi	54	39	7	0	0	100
Presentase	54 %	39 %	7 %	0 %	0 %	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden diperoleh tentang variabel kelompok teman

sebaya (X2) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 54 responden (54%) memberikan tanggapan sangat setuju mengenai ketika teman-teman mengenakan produk terbaru timbul keinginan mengenyakanya juga. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden atau 0% yang memberikan tanggapan tidak setuju dan sangat tidak setuju, 39 responden atau 39% memberikan tanggapan setuju, 7 responden atau 7% memberikan tanggapan netral.

- e) memberikan pengetahuan yang tidak bisa diberikan oleh keluarga

Tabel 4.12

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang pengetahuan
Dalam menemukan suatu produk

Kriteria	SS	S	N	T	ST	Tota l
Frekuensi	33	60	7	0	0	100
Presentase	33 %	60 %	7 %	%	%	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden diperoleh tentang variabel kelompok teman sebaya (X2) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 60 responden (60%) memberikan tanggapan setuju mengenai ketika menemukan produk yang bagus, teman-teman menyarankan untuk segera membelinya. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden atau 0% yang memberikan tanggapan tidak setuju dan sangat tidak setuju. 33 responden atau 33% memberikan tanggapan sangat setuju, 7 responden atau 7% memberikan tanggapan netral.

f) dorongan dan dukungan teman sebaya

Tabel 4.13

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang dorongan dan dukungan

Kriteria	SS	S	N	TS	STS	Total
Frekuensi	36	57	7	0	0	100
Presentase	36%	57%	7%	%	%	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas untuk pertanyaan pertama diketahui dari 100 responden

diperoleh tentang variabel kelompok teman sebaya (X2) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 57 responden (57%) memberikan setuju mengenai teman-teman mengingatkan saya agar tidak boros. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden atau 0% yang memberikan tanggapan tidak setuju dan sangat tidak setuju. 36 responden atau 36% memberikan tanggapan sangat setuju, 7 responden atau 7% memberikan tanggapan netral.

4.1.3.3 Perilaku konsumsi (Y)

Dalam variabel perilaku konsumsi, penilaian menggunakan 4 indikator yaitu Sebelum membeli, membeli, menggunakan, mengevaluasi. Berikut tabel dari variabel perilaku konsumsi:

a) Sebelum membeli

Tabel 4.14

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang sebelum membeli

Kriteria	SS	S	N	TS	STS	Total
Frekuensi	33	61	6	0	0	100
Presentase	33%	61%	6%	0%	0%	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas diketahui dari 100 responden diperoleh tentang perilaku konsumsi (Y) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 61 responden (61%) memberikan tanggapan setuju mengenai membeli barang sesuai dengan keuangan yang saya miliki. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden (0%) yang memberikan tanggapan tidak setuju dan sangat tidak setuju. 6 responden atau 6% memberikan tanggapan netral, 33 responden atau 33% memberikan tanggapan sangat setuju.

b) Membeli

Tabel 4.15

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang membeli

Kriteria	SS	S	N	TS	STS	Total
Frekuensi	38	53	9	0	0	100
Presentase	38%	53%	9%	0%	0%	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas diketahui dari 100 responden diperoleh tentang perilaku konsumsi (Y) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 53 responden (53%)

memberikan tanggapan setuju mengenai membeli barang yang saya inginkan meskipun belum membutuhkan. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden (0%) yang memberikan tanggapan tidak setuju dan sangat tidak setuju. 9 responden atau 9% memberikan tanggapan netral, 38 responden atau 38% memberikan tanggapan sangat setuju.

c) Menggunakan

Tabel 4.16

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang menggunakan

Kriteria	SS	S	R	TS	STS	Total
Frekuensi	51	45	4	0	0	100
Presentase	51%	45%	4%	0%	0%	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas diketahui dari 100 responden diperoleh tentang perilaku konsumsi (Y) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 51 responden (51%) memberikan tanggapan sangat setuju mengenai mengenakan barang yang saya beli meskipun ada barang lama. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden (0%)

yang memberikan tanggapan tidak setuju dan sangat tidak setuju. 4 responden atau 4% memberikan tanggapan netral, 45 responden atau 45% memberikan tanggapan setuju.

d) Mengevaluasi

Tabel 4.17

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden
Tentang mengevaluasi

Kriteria	SS	S	N	TS	STS	Total
Frekuensi	24	61	15	0	0	100
Presentase	24%	61%	15%	0%	0%	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data di atas diketahui dari 100 responden diperoleh tentang perilaku konsumsi (Y) sebagai berikut: Presentase tertinggi sebesar 61 responden (61%) memberikan tanggapan setuju mengenai jika saya puas terhadap suatu produk/ jasa saya akan menggunakan kembali produk tersebut. Kemudian presentase terendah sebesar 0 responden (0%) yang memberikan tanggapan tidak setuju dan sangat tidak setuju. 15 responden atau 15% memberikan tanggapan netral, 24 responden atau 24% memberikan tanggapan sangat setuju.

4.2. Analisis Data dan Interpretasi Data

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk menguji tingkat ketepatan instrumen dalam mengukur variabel-variabel penelitian, apakah instrumen yang digunakan memenuhi syarat-syarat alat ukur yang baik atau tidak. Apabila instrumen penelitian tersebut memenuhi sifat valid dan reliabel, maka dikatakan baik atau sebaliknya. Untuk tingkatan validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r -hitung dengan r -tabel. Untuk mengetahuinya, digunakan rumus *degree of freedom* (df) = $n - 2$ dengan tingkat α sebesar 0,05, dimana n merupakan sampel atau responden sebanyak 100. Sehingga uji validitas dalam penelitian ini didapatkan $df = 100 - 2 = 98$, maka didapat nilai r -tabel sebesar 0,196. Kriteria pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0.05 yaitu sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0.05), maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika r hitung $<$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0.05), maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Setelah peneliti membagikan kuesioner 100 responden, hasil olah data uji validitas menggunakan aplikasi SPSS 16 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18

Hasil Pengujian Validitas Variabel Penelitian

N0	variabel	Kode variabel	r hitung	r tabel	Kriteria
1.	Status Sosial Ekonomi (X1)	X1.1	0,662	0,196	Valid
2.		X1.2	0,654	0,196	Valid
3.		X1.3	0,733	0,196	Valid
4.		X1.4	0,631	0,196	Valid
5.		X1.5	0,666	0,196	Valid
6.		X1.6	0,579	0,196	Valid
7.	Kelompok Teman Sebaya (X2)	X2.1	0,740	0,196	Valid
8.		X2.2	0,786	0,196	Valid
9.		X2.3	0,656	0,196	Valid
10.		X2.4	0,714	0,196	Valid
11.		X2.5	0,730	0,196	Valid
12.		X2.6	0,678	0,196	Valid
13.	Perilaku Konsumsi (Y)	Y1	0,733	0,196	Valid
14.		Y2	0,722	0,196	Valid
15.		Y3	0,749	0,196	Valid
16.		Y4	0,478	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah,

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian. Untuk menguji uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistic Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,60 atau mendekati 1.

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan aplikasi SPSS 16 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil Uji Reliabilitas

NO	Kode Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritik	Keterangan
1.	Status Sosial Ekonomi (X1)	0,730	> 0,60	Reliabel
2.	Kelompok Teman Sebaya (X2)	0,808	>0,60	Reliabel
3.	Perilaku Konsumsi (Y)	0,608	>0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah,

Dari tabel 4.18 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih

dari 0.60, yang artinya bahwa semua variabel adalah reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data menggunakan *test of normality kolmogorov-semirnov* dalam SPSS. Menurut Singgih Santosa (2016:393), dalam pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*asymptotic significant*), yaitu:

1. Jika probabilitas $>0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
2. Jika probabilitas $<0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan aplikasi SPSS 16 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.20

Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.19352044
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.046
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.679
Asymp. Sig. (2-tailed)		.746
a. Test distribution is Normal.		

Dari tabel diatas nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,746 > 0,05$, maka data tersebut terdistribusi dengan normal

4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas

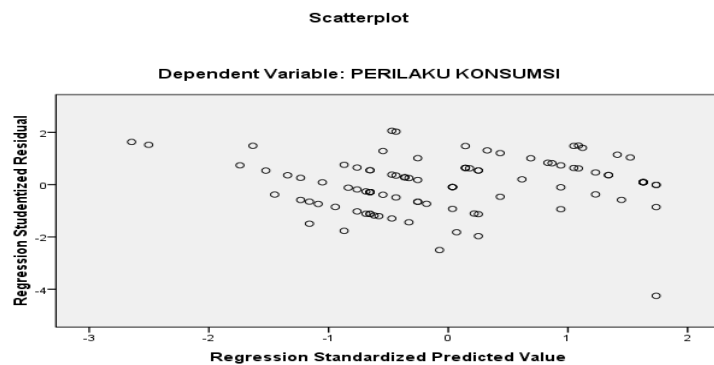
Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi

ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas dalam penelitian ini cara mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variable bebas yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Deteksi tidak adanya Heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat tidak adanya pola tertentu pada grafik scatterplot.

Tabel 4.21

Hasil Uji Reliabilitas Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari gambar diatas bahwa pola tersebar secara merata dan tidak membentuk suatu pola maka bisa dikatakan tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

4.2.3.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai tolerance dan VIF. Semakin kecil nilai tolerance dan semakin besar VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinieritas. Dalam kebanyakan penelitian menyebutkan bahwa jika tolerance $>0,1$ dan VIF <10 , maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil analisis VIF dan *tolerance* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.22
 Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.660	1.282		4.415	.000		
STATUS SOSIAL EKONOMI KELOMPOK TEMAN SEBAYA	.121	.068	.189	1.783	.078	.490	2.042
	.324	.064	.535	5.053	.000	.490	2.042

a. Dependent Variable:
 PERILAKU KONSUMSI

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel coefficients, dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari kedua variabel

independen sebesar 0,490 angka ini lebih besar dari 0,1. Dan VIF sebesar 2,042 angka ini kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produksi dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat loyalitas konsumen. Hasil dari uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.23
 Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.660	1.282		4.415	.000
STATUS SOSIAL EKONOMI KELOMPOK TEMAN SEBAYA	.121	.068	.189	1.783	.078
	.324	.064	.535	5.053	.000

a. Dependent Variable:

PERILAKU KONSUMSI

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 5.660 + 0,121 X_1 + 0,324X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan dan diambil keputusan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 5,660. Artinya jika variabel status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya tidak dimasukkan dalam penelitian, maka perilaku konsumsi masih meningkat sebesar 5,660 %. Hal ini disebabkan adanya pengaruh lain selain status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya.
2. Koefisien regresi status sosial ekonomi (X_1) sebesar 0.121 menyatakan bahwa jika variabel status sosial ekonomi dilihat dari indikator semakin tinggi pendidikan semakin mapan pekerjaan orang tua. Semakin banyak kebutuhan mahasiswa maka, perilaku konsumsi mahasiswa juga meningkat sebesar 12,1% dimana faktor-faktor yang lain dianggap konstan.
3. Koefisien regresi pada variabel kelompok teman sebaya (X_2) sebesar 0,324 adalah positif. Artinya variabel kelompok teman sebaya dalam hal ini indikator interaksi, kebiasaan, keinginan meniru, sikap solidaritas, memberikan dan dorongan, dalam berkonsumsi apabila terjadi peningkatan sebanyak 1% , maka perilaku konsumsi mengalami peningkatan sebesar 32,4% di mana faktor- faktor lain dianggap konstan.

4.2.4.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya) secara persial atau individual menerangkan variabel terikat (perilaku konsumsi). Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.24

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.660	1.282		4.415	.000
STATUS SOSIAL EKONOMI	.121	.068	.189	1.783	.078
KELOMPOK TEMAN SEBAYA	.324	.064	.535	5.053	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

$H_0 : \beta_1 = 0$, maka X_1 dan X_2 secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap Y .

$H_1 : \beta_1 > 0$, maka X_1 dan X_2 secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh signifikan terhadap Y .

Nilai t tabel dengan signifikansi 0,05 (uji 2 sisi) dengan $df = n - k - 1$ atau $100 - 2 - 1 = 97$ maka di peroleh nilai t tabel sebesar 1,984.

Dari hasil uji t pada tabel diatas, didapatkan pengujian signifikansi pengaruh masing masing variabel adalah sebagai berikut dengan t tabel (1,984):

1. Nilai t hitung pada variabel status sosial ekonomi adalah sebesar 1,783 dengan tingkat signifikan sebesar 0,083. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $(1,783 < 1,984)$ dan nilai signifikasinya $0,78 > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka variabel status sosial ekonomi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi.
2. Nilai t hitung pada variabel kelompok teman sebaya adalah sebesar 5,053 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $(5,053 > 1,984)$ dan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak

dan H1 diterima. Maka variabel kelompok teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi.

4.2.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar presentase perubahan dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi dapat dijelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R square pada analisis regresi berganda pada tabel berikut:

Tabel 4.25

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 ^a	.467	.456	1.206

a. Predictors: (Constant), KELOMPOK TEMAN SEBAYA, STATUS SOSIAL EKONOMI

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Hasil tabel dari analisis data yang diperoleh, dapat dilihat sebagaimana berikut:

$$R^2 = 0.467$$

$$\begin{aligned} \text{KD} &= 0,467 \times 100\% \\ &= 46,7 \%. \end{aligned}$$

Hasil hitung di atas menunjukkan bahwa variabel independen yaitu tingkat pendidikan dan Ekonomi keluarga hanya mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 46,7% dan sisanya 53,3% dijelaskan oleh variabel lainya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

4.2.4.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.26

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	123.485	2	61.743	42.468	.000 ^a
Residual	141.025	97	1.454		
Total	264.510	99			

a. Predictors: (Constant), KELOMPOK TEMAN SEBAYA, STATUS SOSIAL EKONOMI

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Nilai F tabel dengan signifikansi 0,1 df1 (pembilang) = $k - 1$ atau $3 - 1 = 2$, dan df2 (penyebut) = $n - k$ atau $100 - 3 = 97$ maka diperoleh F tabel sebesar 3,94. Berdasarkan uji ANOVA atau F test yang dapat dilihat pada tabel, maka dapat diperoleh F hitung sebesar 42,468 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena probabilitas jauh lebih kecil dari pada 0,05 (0,000 lebih kecil dari 0,05) dan F hitung lebih

besar dari F tabel ($42,6 > 3,94$) maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi status sosial ekonomi (X1) dan kelompok teman sebaya (X2), secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumsi (Y) secara signifikan.

4.3. Pembahasan

Pengambilan data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil angket yang telah disebar kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 100 orang. Setelah angketnya terkumpul, kemudian data diolah dan dianalisis.

1. Hipotesis Pertama : pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Dalam kehidupan bermasyarakat, setiap orang memiliki status sosial ekonomi yang berbeda-beda. Pada umumnya status sosial ekonomi dapat dikategorikan menjadi status ekonomi yang tinggi, sedang, dan rendah. Status sosial ekonomi merupakan kedudukan atau status orang tua dalam masyarakat berdasarkan kriteria ekonomi, pendidikan, penghasilan.

Status sosial ekonomi pada penelitian ini diukur berdasarkan empat indikator, yaitu pendidikan, pekerjaan, kebutuhan, dan fasilitas. Dari ke empat indikator dikembangkan menjadi 6 pertanyaan.

Pada penelitian ini, hipotesis dari besarnya pengaruh variabel status sosial ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa berdasarkan analisis diketahui bahwa t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu ($1.783 < 1.984$) dengan nilai signifikannya $0,83 > 0,05$ hasil tersebut menunjukkan bahwa status sosial ekonomi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Hal ini dibuktikan bahwa hasil kuesioner 47% menjawab bahwa orang tua tidak selalu memberikan apa yang saya minta guna memenuhi kebutuhan dalam berkonsumsi. sehingga terbukti bahwa status sosial ekonomi orang tua tidak mempengaruhi pola perilaku mahasiswa dalam berkonsumsi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riska Nurfauziyah (Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Lingkungan Sekolah Terhadap Kreativitas Belajar Siswa Kelas X1 IPS MAN Wlingi-Blitar) bahwa status sosial ekonomi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kreativitas belajar siswa.

Jadi kesimpulanya bahwa status sosial ekonomi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

2. Hipotesis Kedua : pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Kelompok teman sebaya merupakan sekumpulan individu yang mempunyai persamaan usia dan posisi status yang saling berinteraksi satu sama lain, selama periode tertentu untuk mencapai tujuan bersama. Didalam Martono (2008) kelompok teman sebaya berfungsi sebagai fasilitator dalam pengembangan kehendak bebasnya. Kelompok sebaya menjadi sarana ketika remaja aktif dan keluar dalam usaha memisahkan diri dari orang tua.

Kelompok teman sebaya pada penelitian ini diukur berdasarkan lima indikator, yaitu interaksi sosial yang dilakukan, kebiasaan yang dilakukan teman sebaya, keinginan meniru, memberikan pengetahuan yang tidak bisa diberikan oleh keluarga, dorongan dan dukungan teman sebaya. dari kelima indikator dikembangkan menjadi 6 pertanyaan.

Pada penelitian ini, hipotesis dari besarnya pengaruh variabel kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa berdasarkan analisis diketahui bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($5,053 > 1,984$) dengan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$ hasil tersebut menunjukkan bahwa kelompok teman sebaya berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Koefisien pengaruh dan signifikan menunjukkan bahwa semakin tinggi kelompok teman sebaya maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumsi mahasiswa, dan

semakin rendah kelompok teman sebaya maka akan semakin rendah pula perilaku konsumsinya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh kiki winaryo (Pengaruh Status Sosial Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Kelas XI IPS di SMAN 1 Rembang Purbalingga) bahwa kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa.

Jadi kesimpulanya bahwa kelompok teman sebaya berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

3. Hipotesis Ketiga : pengaruh status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Menurut Samuelson & Nordhaus (dalam Tama, 2014:14) konsumsi adalah pengeluaran untuk pembelian barang-barang dan jasa akhir guna mendapatkan kepuasan ataupun memenuhi kebutuhannya.

Pada penelitian ini, perilaku konsumsi mahasiswa ditentukan berdasarkan empat indikator antara lain: sebelum membeli, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dari keempat indikator dikembangkan menjadi 4 pertanyaan.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan pengujian hipotesis status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya secara simultan berpengaruh positif terhadap perilaku

konsumsi mahasiswa. dengan hasil analisis dimana nilai F hitung sebesar 42,468 dengan probabilitas $0,000 < 0,05$.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riska Pristian Fitri Astuti (Pengaruh Status Sosial Ekonomi orang tua dan literasi ekonomi dan life style Terhadap Perilaku Konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro) bahwa status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi dan life style berpengaruh signifikan bersama-sama (simultan) yaitu perilaku konsumsi mahasiswa.

Jadi kesimpulanya bahwa status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan di atas maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Status ekonomi mempengaruhi perilaku konsumsi. dilihat dari hasil Uji T dapat diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,078 > 0,05$, dan hasil nilai t hitung dari olah data uji T adalah 1,783 lebih kecil dari nilai t tabel (1,984). Maka dapat disimpulkan bahwa status sosial ekonomi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi.
2. Kelompok teman sebaya mempengaruhi perilaku konsumsi. dilihat dari hasil Uji T dapat diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 > 0,05$, dan hasil nilai t hitung dari olah data uji T adalah 5,053 lebih besar dari nilai t tabel (1,984). Maka dapat disimpulkan bahwa kelompok teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi.
3. Berdasarkan hasil pengujian model (Uji F), nilai F hitung lebih besar dari f tabel yaitu sebesar $(42,6 > 3,94)$ dan probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan variabel status sosial ekonomi orang

tua, dan variabel kelompok teman sebaya berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa

Keterbatasan Penelitian

1. Kesulitan dalam mencari responden yang mau untuk di wawancara karena sebagian responden malu atau sungkan untuk menjawab pertanyaan, dan dalam pengisian kuesioner secara online dan penyebaran secara langsung juga mengalami berbagai kendala karena beberapa mahasiswa enggan mengisi atau menjawab pertanyaan dari angket penelitian. Sehingga perlu waktu yang lama yakni mulai tanggal 6 september 2019 sampai dengan 15 september 2019 dalam mengumpulkan responden supaya jumlahnya cukup dengan sampel yang telah ditentukan.
2. Responden sering menolak untuk diajak berfoto sebagai bahan bukti penelitian, dan responden meminta nama disamarkan karena hasil wawancara dan pengisian kuesioner merupakan hal yang pribadi atau privasi bagi responden.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka peneliti memberikan saran pada penelitian selanjutnya yang akan meneliti topik serupa dengan menggunakan variabel lain selain status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya atau menambah variabel lain dalam penelitian tentang pengaruh status sosial ekonomi

orang tua dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. serta menggunakan perilaku konsumsi yang dilakukan diluar kampus atau sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Haryono, Fitri Wulandari, Hari Wahyono, ” *Pengaruh Perhatian Orang Tua, Respon Pada Iklan, Intensitas Pergaulan Teman Sebaya, Dan Pemahaman Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas VII SMPN 2 Nglegok Kabupaten Blitar Tahun Ajaran 2015/2016*” Jurnal , Vol 09, No.02 .Th .2016.
- Astuti Rika Pristian Fitri, “ *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro*” Jurnal, Vol 3 No.2,Th.2016.
- Astarini Ita, “ *Pengaruh Self Efficacy, Prestise Profesi Guru dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Minat Menjadi Guru Akuntansi 2011 FE UNNES*” , Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2015.
- Agung Hryono, Niati Lisma, “ *Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (study kasus pada Mahasisi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012)*” Jurnal, Vol 9, No.1, Th.2016 .
- Atina Shofawati, Yolanda Hani Putriani, “*Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas AIRLANGGA Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas*”, Vol. 2 No. 7. Th. 2016.

- Bambang Prasetyodan Lina Mifatahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Duwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*, Yogyakarta: Gava Media, 2010.
- Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka sUtama, 2002.
- Joko Widodo, Lilis Nur Chotimah, Hety Mustika Ani, “ *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Siswa (study kasus siswa kelas VII SMP Negeri 1 Jember Tahun Ajaran 2016/2017)*” Jurnal, Vol 11 No.1 Th 2017.
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008.
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Kencana Group, 2005. Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, cet.3, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, cet.3, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Setianingsih, Sri Astuti, “ *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan*

- Bisnis Islam IAIN Purwokerto*)”, Skripsi, Purwokerto: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2018.
- St. Sunarto, Nurita Dewi, Rusdarti, “ *Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan, Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*” *Jurnal of Economic Education*, 2017.
- Situmorang, Dessy Natasya, ”*Peranan Kelompok Teman Sebaya (Peer Group) dalam Pencegahan penyalahgunaan Narkoba didesa Batukarang Kecamatan Payung Kabupaten Karo*”. Skripsi, Medan: Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2018. Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Syaifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Jakarta : Pustaka Pelajar, 1999.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Winaryo, Kiki, “ *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI Rembang Purbalingga*”, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.
- Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahannya*, Yogyakarta: Andi, 2010.
- Yustati, Herlina, “ *Kontribusi E.Wom Terhadap Prilaku Konsumtif* “Jurnal, Vol.3 No.2. Th.2018.
- Yusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Zulfikar Bagus Pambuko, Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam*, Magelang: Unimma Press, 2018.
- Hasil Wawancara dengan mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tanggal 23 Agustus 2019 jam 16.00 WIB.
- https://www.academia.edu/24438238/PERANAN_KELOMPOK_TEMAN_SEBAYA_PEER_GROUP_DALAM_PERKEMBANGAN_REMAJA, di akses pada 22 Juli 2019.
- <https://herrystw.wordpress.com/2013/01/05/teman-sebaya/>, di Akses pada tanggal 21 Juli 2019.
- <http://ciputrauceo.net/blog/2015/6/11/perilaku-konsumendi> akses pada 26 Agustus 2019.

LAMPIRAN A



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp. (024) 7608454 Semarang 50185
website : Febi.walisongo.ac.id - Email : febiwalisongo@gmail.com

Nomor : B-3057/10.5/D1/TL.00/09/2019 17 September 2019
Lampiran : --
Hal : Surat Pengantar Izin Riset

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
Jl. Prof Dr. Hamka Ngaliyan Semarang

Di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin Riset kepada :

Nama : Nur Azizah
NIM/Program/Smt : 1505026017 / S.1 / IX
Jurusan : Ekonomi Islam
Alamat : Troso Rt.01 Rw.05 Pecangaan Jepara
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi dalam Ilmu Ekonomi Islam Program S.1
Judul Skripsi : Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fakultas
Waktu Research : 17 September 2019 sampai selesai
Lokasi Penelitian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Bersama ini kami lampirkan Proposal Penelitian dan Instrumen Pengumpulan Data yang bersangkutan
Demikian atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



A.n. Dekan.
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Nur Fatoni
NUR FATONI

Tembusan :

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
(sebagai laporan)

INSTRUMEN
STATUS SOSIAL EKONOMI

1. Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda silang (x) pada salah satu pertanyaan berikut sesuai dengan realita anda.

2. Alternatif jawaban yaitu :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

3. DATA PRIBADI

Nama Lengkap :

Jurusan :

Angkatan :

INSTRUMEN
STATUS SOSIAL EKONOMI

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	setujukah tingkat pendidikan terakhir orang tua, mempengaruhi pendapatan orang tua anda					
2.	Status pekerjaan orang tua menjadikan saya untuk lebih berhemat dalam berkonsumsi					
3.	Orang tua, tidak selalu memberikan yang saya minta guna untuk memenuhi kebutuhan					

	dalam berkonsumsi					
4.	Orang tua saya tidak selalu tepat waktu dalam memberi uang saku/jajan untuk memenuhi kebutuhan dalam berkonsumsi					
5.	Orang tua memfasilitasi kendaraan guna memenuhi kebutuhan anda					
6.	Orang tua memberikan fasilitas berupa alat komunikasi laptop dan lain sebagainya, guna mendukung proses belajar anda					

INSTRUMEN

KELOMPOK TEMAN SEBAYA

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membicarakan barang yang sedang trend atau mode dikalangan anak muda					
2.	Sama seperti teman-teman saya membeli produk setiap bulan					
3.	Saya memiliki pendapat yang sama dengan teman-teman dalam memilih barang					
4.	Ketika teman-teman mengenakan produk terbaru, timbul keinginan mengenyakanya juga					
5.	Ketika menemukan produk yang bagus, teman-teman menyarankan untuk segera membelinya					
6.	Teman-teman saya mengingatkan saya agar tidak boros.					

INSTRUMEN

PERILAKU KONSUMSI

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya akan membeli barang sesuai dengan keuangan yang saya miliki					
2.	Saya membeli barang yang saya inginkan meskipun belum begitu membutuhkan					
3.	Saya akan langsung menggunakan barang yang saya beli meskipun masih ada barang lama yang masih dapat digunakan					
4.	Jika saya puas, terhadap suatu produk atau jasa saya akan menggunakan kembali produk atau jasa tersebut.					

LAMPIRAN B

HASIL JAWABAN RESPONDEN

Status Sosial Ekonomi

NO	NAMA	JURUSAN	ANGKATAN	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	JUMLAH
1.	Nur Khoiriyati	D3 Perbankan Syari'ah	2015	4	5	5	3	4	4	25
2.	Ade Suryaningsih	D3 Perbankan Syari'ah	2015	4	5	5	3	5	5	27
3.	Evi Suryaningsih	D3 Perbankan Syari'ah	2015	4	5	5	5	5	5	29
4.	M. Sufyanul H	D3 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	5	4	5	5	29
5.	Siti Kholidah	D3 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	4	4	4	24
6.	Aulia Sarah	D3 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	4	4	4	24
7.	Anna Nur S	D3 Perbankan Syari'ah	2017	4	4	4	4	4	4	24
8.	Noor Saadah	D3 Perbankan Syari'ah	2017	5	5	5	5	4	3	27
9.	Nur Khasanah	D3 Perbankan Syari'ah	2017	4	4	4	4	4	4	24
10.	Dani Rhamadan	D3 Perbankan Syari'ah	2018	3	4	4	5	5	4	25
11.	Endang K	D3 Perbankan Syari'ah	2018	3	4	5	4	4	5	25
12.	Elka Anggraini	Ekonomi Islam	2015	4	5	5	4	4	4	26
13.	Annisa	Ekonomi Islam	2015	4	4	5	5	4	4	26
14.	Devi Afril	Ekonomi Islam	2015	4	5	4	4	4	4	25
15.	Nurul Fatimah	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	5	3	4	24
16.	Iwan Yasir	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	4	5	5	26
17.	Zulfa	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	4	4	5	25
18.	khaulifah	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	5	4	4	25
19.	laily	Ekonomi Islam	2015	4	5	5	5	5	5	29
20.	Rosyidah	Ekonomi Islam	2015	4	5	5	4	5	4	27
21.	uluwan	Ekonomi Islam	2015	5	4	4	3	4	4	24
22.	Riska	Ekonomi Islam	2016	5	5	4	4	4	5	27
23.	sofiya	Ekonomi Islam	2016	4	4	4	5	4	4	25
24.	Risky	Ekonomi Islam	2016	4	4	4	3	4	4	23
25.	Jalil	Ekonomi Islam	2016	3	3	5	4	4	4	23
26.	jamal	Ekonomi Islam	2016	4	5	5	4	5	4	27

27.	livia Asma Hanik	Ekonomi Islam	2016	5	4	4	4	5	4	26
28.	luksi P	Ekonomi Islam	2016	4	4	4	2	5	5	24
29.	fatih	Ekonomi Islam	2016	5	5	5	5	4	5	29
30.	M. sahal	Ekonomi Islam	2016	5	5	5	5	5	3	28
31.	Diana L	Ekonomi Islam	2016	5	4	5	3	3	4	24
32.	Ditha	Ekonomi Islam	2017	4	5	4	4	4	4	25
33.	eko	Ekonomi Islam	2017	5	5	5	5	5	5	30
34.	henry m	Ekonomi Islam	2017	3	5	3	4	4	4	23
35.	widya	Ekonomi Islam	2017	4	4	4	4	4	5	25
36.	asih	Ekonomi Islam	2017	5	4	5	5	4	5	28
37.	lilis	Ekonomi Islam	2017	5	5	5	5	5	5	30
38.	ayu	Ekonomi Islam	2017	4	4	4	3	4	4	23
39.	Arrisqi	Ekonomi Islam	2017	5	5	5	5	5	5	30
40.	maulida	Ekonomi Islam	2017	5	5	5	5	4	5	29
41.	mita	Ekonomi Islam	2017	4	5	5	5	4	5	28
42.	umi	Ekonomi Islam	2018	4	5	5	5	5	5	29
43.	galuh	Ekonomi Islam	2018	5	5	5	5	5	5	30
44.	ases	Ekonomi Islam	2018	4	3	5	4	4	5	25
45.	zumaeroh	Ekonomi Islam	2018	4	4	4	4	4	4	24
46.	eka nur	Ekonomi Islam	2018	5	5	5	4	5	5	29
47.	Laily Widya	S1 Perbankan Syari'ah	2015	5	4	4	4	4	3	24
48.	Diana Arrisqi	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	5	5	5	5	5	29
49.	desy	S1 Perbankan Syari'ah	2015	5	4	5	5	4	5	28
50.	nova	S1 Perbankan Syari'ah	2015	5	5	5	4	5	5	29
51.	salma	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	4	24
52.	rinto	S1 Perbankan Syari'ah	2015	5	5	5	5	4	4	28
53.	lia	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	5	4	4	5	26
54.	hida	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	4	24
55.	fina	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	4	24
56.	m.riski	S1 Perbankan Syari'ah	2015	3	4	4	4	3	4	22
57.	kurniawan	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	5	5	4	5	5	28
58.	andika	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	5	4	4	4	25

59.	siska	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	5	4	4	4	27
60.	faruq q	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	5	4	5	5	29
61.	alvian	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	5	5	5	4	4	27
62.	dewi	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	5	5	4	5	4	27
63.	fauziah	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	4	4	4	24
64.	candra	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	4	3	5	4	26
65.	sulis	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	3	4	4	4	23
66.	lina	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	5	5	5	5	30
67.	arini	S1 Perbankan Syari'ah	2017	4	4	5	4	5	5	27
68.	zuliyana	S1 Perbankan Syari'ah	2017	5	3	3	5	5	5	26
69.	david	S1 Perbankan Syari'ah	2017	4	4	4	5	5	5	27
70.	devika	S1 Perbankan Syari'ah	2017	5	5	5	4	5	5	29
71.	hanik	S1 Perbankan Syari'ah	2017	4	4	4	5	5	4	26
72.	muhammad	S1 Perbankan Syari'ah	2018	4	4	3	3	5	5	24
73.	kharissudin	S1 Perbankan Syari'ah	2018	4	4	4	4	4	5	25
74.	danang	S1 Perbankan Syari'ah	2018	5	3	3	2	5	5	23
75.	imron	S1 Perbankan Syari'ah	2018	3	4	4	4	4	4	23
76.	ali	S1 Perbankan Syari'ah	2018	4	4	4	4	4	4	24
77.	nur hida	Akuntansi Syari'ah	2015	4	5	5	3	4	4	25
78.	myta	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	4	24
79.	alfina	Akuntansi Syari'ah	2015	3	4	4	4	3	4	22
80.	anna f	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	4	24
81.	zulfikar	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	3	3	4	5	23

82.	azimah	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	4	3	3	4	22
83.	khadiroh	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	3	4	4	4	23
84.	salma	Akuntansi Syari'ah	2016	4	4	4	3	4	3	22
85.	aliyaturrahma	Akuntansi Syari'ah	2016	4	4	4	3	4	4	23
86.	munawaroh	Akuntansi Syari'ah	2016	3	3	3	4	4	3	20
87.	sella	Akuntansi Syari'ah	2016	3	4	4	4	4	4	23
88.	alif	Akuntansi Syari'ah	2016	4	5	4	3	3	3	22
89.	dewi nur	Akuntansi Syari'ah	2017	2	5	5	2	4	4	22
90.	rahayu	Akuntansi Syari'ah	2017	4	4	4	4	4	4	24
91.	fina fahma	Akuntansi Syari'ah	2017	4	5	4	3	4	3	23
92.	ainur	Akuntansi Syari'ah	2017	4	3	3	3	4	4	21
93.	sri nurhayati	Akuntansi Syari'ah	2017	3	3	3	4	4	4	21
94.	lina safitri	Akuntansi Syari'ah	2018	4	5	3	4	4	4	24
95.	urfa savira	Akuntansi Syari'ah	2018	3	4	4	3	4	4	22
96.	minatul azizah	Akuntansi Syari'ah	2018	4	4	4	4	4	5	25
97.	diky	Akuntansi Syari'ah	2018	3	3	3	3	3	4	19
98.	ardiansyah	Akuntansi Syari'ah	2018	5	5	5	5	5	5	30
99.	kholifah	Manajemen	2018	5	4	4	5	4	4	26
100.	indah	Manajemen	2018	5	4	5	5	5	4	28

Kelompok Teman Sebaya

NO	NAMA	JURUSAN	ANGKATAN	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	jumlah
1.	Nur Khoiriyati	D3 Perbankan Syari'ah	2015	5	4	4	5	4	4	26
2.	Ade Suryaningsih	D3 Perbankan Syari'ah	2015	5	5	4	5	5	5	29

3.	Evi Suryaningsih	D3 Perbankan Syari'ah	2015	5	5	5	5	5	5	30
4.	M. Sufyanul H	D3 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	5	5	5	5	30
5.	Siti Kholidah	D3 Perbankan Syari'ah	2016	4	5	4	4	4	4	25
6.	Aulia Sarah	D3 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	4	4	4	24
7.	Anna Nur S	D3 Perbankan Syari'ah	2017	4	4	4	5	4	4	25
8.	Noor Saadah	D3 Perbankan Syari'ah	2017	4	4	4	4	4	3	23
9.	Nur Khasanah	D3 Perbankan Syari'ah	2017	4	4	4	4	4	4	24
10.	Dani Rhamadan	D3 Perbankan Syari'ah	2018	4	4	4	5	5	4	26
11.	Endang K	D3 Perbankan Syari'ah	2018	4	4	5	5	4	5	27
12.	Elka Anggraini	Ekonomi Islam	2015	5	4	3	4	4	4	24
13.	Annisa	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	4	4	4	24
14.	Devi Afril	Ekonomi Islam	2015	4	4	3	4	4	4	23
15.	Nurul Fatimah	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	3	3	4	22
16.	Iwan Yasir	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	5	5	5	27
17.	Zulfa	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	5	4	5	26
18.	khaulifah	Ekonomi Islam	2015	5	5	4	4	4	4	26
19.	laily	Ekonomi Islam	2015	5	5	5	5	5	5	30
20.	Rosyidah	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	5	5	4	26
21.	uluwan	Ekonomi Islam	2015	3	3	4	3	4	4	21
22.	Riska	Ekonomi Islam	2016	5	3	4	3	4	5	24
23.	sofiya	Ekonomi Islam	2016	4	4	4	5	4	4	25
24.	Risky	Ekonomi Islam	2016	4	4	4	5	4	4	25
25.	Jalil	Ekonomi Islam	2016	4	4	4	4	4	4	24
26.	jamal	Ekonomi Islam	2016	4	4	4	5	5	4	26
27.	livia Asma Hanik	Ekonomi Islam	2016	4	5	3	5	5	4	26
28.	luksi P	Ekonomi Islam	2016	5	5	5	5	5	5	30
29.	fatih	Ekonomi Islam	2016	5	5	5	5	4	5	29
30.	M. sahal	Ekonomi Islam	2016	5	5	5	5	5	3	28
31.	Diana L	Ekonomi Islam	2016	4	4	4	3	3	4	22
32.	Ditha	Ekonomi Islam	2017	4	4	4	5	4	4	25
33.	eko	Ekonomi Islam	2017	4	4	4	5	5	5	27
34.	henry m	Ekonomi Islam	2017	5	4	3	5	4	4	25

35.	widya	Ekonomi Islam	2017	4	4	4	4	4	5	25
36.	asih	Ekonomi Islam	2017	5	5	4	5	4	5	28
37.	lilis	Ekonomi Islam	2017	5	5	5	5	5	5	30
38.	ayu	Ekonomi Islam	2017	5	5	4	4	4	4	26
39.	Arrisqi	Ekonomi Islam	2017	5	5	4	5	5	5	29
40.	maulida	Ekonomi Islam	2017	4	4	4	4	4	5	25
41.	mita	Ekonomi Islam	2017	5	5	5	5	4	5	29
42.	umi	Ekonomi Islam	2018	5	5	5	5	5	5	30
43.	galuh	Ekonomi Islam	2018	5	5	5	5	5	5	30
44.	ases	Ekonomi Islam	2018	3	4	3	5	4	5	24
45.	zumaeroh	Ekonomi Islam	2018	4	4	4	4	4	4	24
46.	eka nur	Ekonomi Islam	2018	5	5	5	5	5	5	30
47.	Laily Widya	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	3	23
48.	Diana Arrisqi	S1 Perbankan Syari'ah	2015	5	5	3	5	5	5	28
49.	desy	S1 Perbankan Syari'ah	2015	5	5	5	5	4	5	29
50.	nova	S1 Perbankan Syari'ah	2015	5	5	5	5	5	5	30
51.	salma	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	4	24
52.	rinto	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	5	4	4	4	25
53.	lia	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	5	4	5	26
54.	hida	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	4	24
55.	fina	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	4	24
56.	m.riski	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	3	3	4	22
57.	kurniawan	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	5	5	5	5	30
58.	andika	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	5	4	5	4	4	26
59.	siska	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	5	5	4	4	4	26
60.	faruq q	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	4	5	5	5	29
61.	alvian	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	4	4	4	24
62.	dewi	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	5	5	4	26
63.	fauziyah	S1 Perbankan	2016	4	4	4	4	4	4	24

		Syari'ah								
64.	candra	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	3	3	5	5	4	24
65.	sulis	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	3	4	5	4	4	24
66.	lina	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	5	5	5	5	30
67.	arini	S1 Perbankan Syari'ah	2017	5	5	5	5	5	5	30
68.	zuliyana	S1 Perbankan Syari'ah	2017	4	4	3	5	5	5	26
69.	david	S1 Perbankan Syari'ah	2017	5	5	3	5	5	5	28
70.	devika	S1 Perbankan Syari'ah	2017	5	4	4	5	5	5	28
71.	hanik	S1 Perbankan Syari'ah	2017	5	5	3	5	5	4	27
72.	muhammad	S1 Perbankan Syari'ah	2018	5	5	5	5	5	5	30
73.	kharissudin	S1 Perbankan Syari'ah	2018	5	5	5	4	4	5	28
74.	danang	S1 Perbankan Syari'ah	2018	5	5	4	5	5	5	29
75.	imron	S1 Perbankan Syari'ah	2018	4	4	4	4	4	4	24
76.	ali	S1 Perbankan Syari'ah	2018	5	5	5	4	4	4	27
77.	nur hida	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	4	24
78.	myta	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	4	24
79.	alfina	Akuntansi Syari'ah	2015	5	4	4	4	3	4	24
80.	anna f	Akuntansi Syari'ah	2015	5	5	4	4	4	4	26
81.	zulfikar	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	4	4	4	5	25
82.	azimah	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	4	4	3	4	23
83.	khadiroh	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	3	4	4	4	23
84.	salma	Akuntansi Syari'ah	2016	5	5	4	4	4	3	25
85.	aliyaturrahma	Akuntansi Syari'ah	2016	3	4	4	3	4	4	22
86.	munawaroh	Akuntansi	2016	4	5	4	4	4	3	24

		Syari'ah								
87.	sella	Akuntansi Syari'ah	2016	3	3	3	4	4	4	21
88.	alif	Akuntansi Syari'ah	2016	5	3	5	4	3	3	23
89.	dewi nur	Akuntansi Syari'ah	2017	5	2	2	4	4	4	21
90.	rahayu	Akuntansi Syari'ah	2017	4	4	4	4	4	4	24
91.	fina fahma	Akuntansi Syari'ah	2017	3	3	1	4	4	3	18
92.	ainur	Akuntansi Syari'ah	2017	4	4	4	5	4	4	25
93.	sri nurhayati	Akuntansi Syari'ah	2017	4	4	4	5	4	4	25
94.	lina safitri	Akuntansi Syari'ah	2018	4	4	4	5	4	4	25
95.	urfa savira	Akuntansi Syari'ah	2018	4	4	3	5	4	4	24
96.	minatul azizah	Akuntansi Syari'ah	2018	4	4	4	4	4	5	25
97.	diky	Akuntansi Syari'ah	2018	3	3	3	3	3	4	19
98.	ardiansyah	Akuntansi Syari'ah	2018	5	5	5	5	5	5	30
99.	kholifah	Manajemen	2018	5	4	4	5	4	4	26
100.	indah	Manajemen	2018	5	4	5	5	5	4	28

Perilaku Konsumsi

NO	NAMA	JURUSAN	ANGKATAN	Y1	Y2	Y3	Y4	JUMLAH
1.	Nur Khoiriyati	D3 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	5	4	17
2.	Ade Suryaningsih	D3 Perbankan Syari'ah	2015	5	5	5	5	20
3.	Evi Suryaningsih	D3 Perbankan Syari'ah	2015	5	5	5	4	19
4.	M. Sufyanul H	D3 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	5	4	19
5.	Siti Kholidah	D3 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	5	17
6.	Aulia Sarah	D3 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	4	16
7.	Anna Nur S	D3 Perbankan	2017	4	4	4	5	17

		Syari'ah						
8.	Noor Saadah	D3 Perbankan Syari'ah	2017	4	3	4	4	15
9.	Nur Khasanah	D3 Perbankan Syari'ah	2017	4	4	4	4	16
10.	Dani Rhamadan	D3 Perbankan Syari'ah	2018	5	4	4	4	17
11.	Endang K	D3 Perbankan Syari'ah	2018	4	5	5	5	19
12.	Elka Anggraini	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	4	16
13.	Annisa	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	5	17
14.	Devi Afril	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	4	16
15.	Nurul Fatimah	Ekonomi Islam	2015	3	4	3	5	15
16.	Iwan Yasir	Ekonomi Islam	2015	5	5	5	4	19
17.	Zulfa	Ekonomi Islam	2015	4	5	4	4	17
18.	khaulifah	Ekonomi Islam	2015	4	4	5	4	17
19.	laily	Ekonomi Islam	2015	5	5	5	4	19
20.	Rosyidah	Ekonomi Islam	2015	5	4	4	5	18
21.	uluwan	Ekonomi Islam	2015	4	4	4	4	16
22.	Riska	Ekonomi Islam	2016	4	5	4	4	17
23.	sofiya	Ekonomi Islam	2016	4	4	4	4	16
24.	Risky	Ekonomi Islam	2016	4	4	4	3	15
25.	Jalil	Ekonomi Islam	2016	4	4	4	4	16
26.	jamal	Ekonomi Islam	2016	5	4	4	5	18
27.	livia Asma Hanik	Ekonomi Islam	2016	5	4	5	4	18
28.	luksi P	Ekonomi Islam	2016	5	5	5	4	19
29.	fatih	Ekonomi Islam	2016	4	5	5	5	19
30.	M. sahal	Ekonomi Islam	2016	5	3	5	4	17
31.	Diana L	Ekonomi Islam	2016	3	4	5	4	16
32.	Ditha	Ekonomi Islam	2017	4	4	5	4	17
33.	eko	Ekonomi Islam	2017	5	5	5	4	19
34.	henry m	Ekonomi Islam	2017	4	4	5	4	17
35.	widya	Ekonomi Islam	2017	4	5	4	3	16
36.	asih	Ekonomi Islam	2017	4	5	5	4	18
37.	lilis	Ekonomi Islam	2017	5	5	5	4	19
38.	ayu	Ekonomi Islam	2017	4	4	4	4	16
39.	Arrisqi	Ekonomi Islam	2017	5	5	5	3	18
40.	maulida	Ekonomi Islam	2017	4	5	5	4	18
41.	mita	Ekonomi Islam	2017	4	5	5	5	19
42.	umi	Ekonomi Islam	2018	5	5	5	4	19

43.	galuh	Ekonomi Islam	2018	5	5	5	4	19
44.	ases	Ekonomi Islam	2018	4	5	4	5	18
45.	zumaeroh	Ekonomi Islam	2018	4	4	4	3	15
46.	eka nur	Ekonomi Islam	2018	5	5	5	4	19
47.	Laily Widya	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	3	5	3	15
48.	Diana Arrisqi	S1 Perbankan Syari'ah	2015	5	5	5	5	20
49.	desy	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	5	5	4	18
50.	nova	S1 Perbankan Syari'ah	2015	5	5	5	4	19
51.	salma	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	3	15
52.	rinto	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	3	15
53.	lia	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	5	5	4	18
54.	hida	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	5	17
55.	fina	S1 Perbankan Syari'ah	2015	4	4	4	4	16
56.	m.riski	S1 Perbankan Syari'ah	2015	3	4	4	4	15
57.	kurniawan	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	5	5	20
58.	andika	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	4	16
59.	siska	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	3	15
60.	faruq q	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	5	4	19
61.	alvian	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	3	15
62.	dewi	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	4	4	3	16
63.	fauziyah	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	5	4	17
64.	candra	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	4	5	5	19
65.	sulis	S1 Perbankan Syari'ah	2016	4	4	4	3	15
66.	lina	S1 Perbankan Syari'ah	2016	5	5	5	3	18
67.	arini	S1 Perbankan Syari'ah	2017	5	5	5	5	20

68.	zuliyana	S1 Perbankan Syari'ah	2017	5	5	5	3	18
69.	david	S1 Perbankan Syari'ah	2017	5	5	5	4	19
70.	devika	S1 Perbankan Syari'ah	2017	5	5	5	4	19
71.	hanik	S1 Perbankan Syari'ah	2017	5	4	5	3	17
72.	muhammad	S1 Perbankan Syari'ah	2018	5	5	5	5	20
73.	kharissudin	S1 Perbankan Syari'ah	2018	4	5	5	4	18
74.	danang	S1 Perbankan Syari'ah	2018	5	5	5	4	19
75.	imron	S1 Perbankan Syari'ah	2018	4	4	4	5	17
76.	ali	S1 Perbankan Syari'ah	2018	4	4	4	4	16
77.	nur hida	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	4	4	16
78.	myta	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	4	4	16
79.	alfina	Akuntansi Syari'ah	2015	3	4	4	3	14
80.	anna f	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	4	2	14
81.	zulfikar	Akuntansi Syari'ah	2015	4	5	5	5	19
82.	azimah	Akuntansi Syari'ah	2015	3	4	4	4	15
83.	khadiroh	Akuntansi Syari'ah	2015	4	4	4	4	16
84.	salma	Akuntansi Syari'ah	2016	4	3	4	4	15
85.	aliyaturrahma	Akuntansi Syari'ah	2016	4	4	4	4	16
86.	munawaroh	Akuntansi Syari'ah	2016	4	3	3	5	15
87.	sella	Akuntansi Syari'ah	2016	4	4	4	5	17
88.	alif	Akuntansi Syari'ah	2016	3	3	4	4	14
89.	dewi nur	Akuntansi Syari'ah	2017	4	4	4	4	16
90.	rahayu	Akuntansi Syari'ah	2017	4	4	4	4	16

91.	fina fahma	Akuntansi Syari'ah	2017	4	3	5	4	16
92.	ainur	Akuntansi Syari'ah	2017	4	4	4	4	16
93.	sri nurhayati	Akuntansi Syari'ah	2017	4	4	3	4	15
94.	lina safitri	Akuntansi Syari'ah	2018	4	4	5	4	17
95.	urfa savira	Akuntansi Syari'ah	2018	4	4	5	4	17
96.	minatul azizah	Akuntansi Syari'ah	2018	4	5	5	4	18
97.	diky	Akuntansi Syari'ah	2018	4	3	5	4	16
98.	ardiansyah	Akuntansi Syari'ah	2018	4	3	3	4	14
99.	kholifah	Manajemen	2018	5	5	5	4	19
100.	indah	Manajemen	2018	5	4	5	5	19

LAMPIRAN C

HASIL OUTPUT SPSS

1.UJI VALIDITAS

Status Sosial Ekonomi (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	STATUS SOSIAL EKONOMI
X1.1	Pearson Correlation	1	.329**	.326**	.304**	.374**	.266**	.662**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.002	.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.329**	1	.582**	.221*	.330**	.139	.654**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.027	.001	.168	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.326**	.582**	1	.357**	.307**	.284**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.002	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.304**	.221*	.357**	1	.242*	.207*	.631**
	Sig. (2-tailed)	.002	.027	.000		.015	.039	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.374**	.330**	.307**	.242*	1	.465**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002	.015		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.266**	.139	.284**	.207*	.465**	1	.579**
	Sig. (2-tailed)	.007	.168	.004	.039	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
STATUS SOSIAL EKONOMI	Pearson Correlation	.662**	.654**	.733**	.631**	.666**	.579**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	STATUS SOSIAL EKONOMI
X1.1	Pearson Correlation	1	.329**	.326**	.304**	.374**	.266**	.662**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.002	.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.329**	1	.582**	.221*	.330**	.139	.654**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.027	.001	.168	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.326**	.582**	1	.357**	.307**	.284**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.002	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.304**	.221*	.357**	1	.242*	.207*	.631**
	Sig. (2-tailed)	.002	.027	.000		.015	.039	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.374**	.330**	.307**	.242*	1	.465**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002	.015		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.266**	.139	.284**	.207*	.465**	1	.579**
	Sig. (2-tailed)	.007	.168	.004	.039	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
STATUS SOSIAL EKONOMI	Pearson Correlation	.662**	.654**	.733**	.631**	.666**	.579**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Kelompok Teman Sebaya (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	KELOMPOK TEMAN SEBAYA
X2.1	Pearson Correlation	1	.583**	.443**	.408**	.400**	.365**	.740**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.583**	1	.525**	.405**	.456**	.381**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.443**	.525**	1	.205*	.204*	.331**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.041	.042	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.408**	.405**	.205*	1	.689**	.416**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.041		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.400**	.456**	.204*	.689**	1	.465**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.042	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.365**	.381**	.331**	.416**	.465**	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KELOMPOK TEMAN SEBAYA	Pearson Correlation	.740**	.786**	.656**	.714**	.730**	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

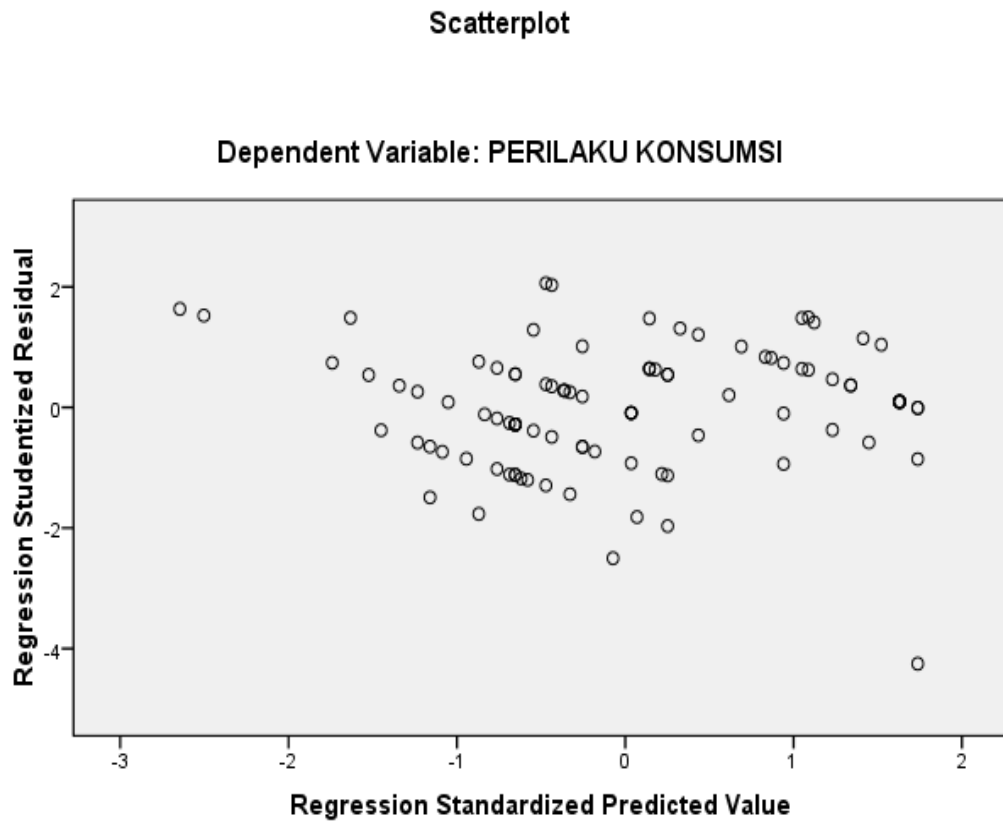
Perilaku Konsumsi (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	PERILAKU KONSUMSI
Y1	Pearson Correlation	1	.462**	.514**	.074	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.466	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.462**	1	.524**	.115	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.256	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.514**	.524**	1	.046	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.646	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.074	.115	.046	1	.478**
	Sig. (2-tailed)	.466	.256	.646		.000
	N	100	100	100	100	100
PERILAKU KONSUMSI	Pearson Correlation	.733**	.772**	.749**	.478**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

2. UJI HETEROSKEDASTISITAS



3. UJI MULTIKOLONIERITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.660	1.282		4.415	.000		
	STATUS SOSIAL EKONOMI	.121	.068	.189	1.783	.078	.490	2.042
	KELOMPOK TEMAN SEBAYA	.324	.064	.535	5.053	.000	.490	2.042

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI

LAMPIRAN D

DOKUMENTASI PENELITIAN





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Azizah

TTL : Jepara, 27 Juli 1997

Alamat Asal : Ds. Troso RT 01/ RW 05 Kec. Pecangaan Kab.
Jepara

Pendidikan :

1. R.A Matholi'ul Huda Troso lulus tahun 2003
2. MI Matholi'ul Huda Troso lulus tahun 2009
3. MTS Matholi'ul Huda Troso lulus tahun 2012
4. MA Matholi'ul Huda Troso lulus tahun 2015

Pengalaman Kerja:

1. Magang di Pondok Pesantren Al-Inaaroh Batang

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Yang Menyatakan,

Nur Azizah