

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, LITERASI KEUANGAN, DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA ANGKATAN 2017/2018 FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Strata (S1) Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

Ahmad Abdul Rosyad

NIM 1505026122

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Ahmad Abdul Rosyad

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Ahmad Abdul Rosyad**

NIM : **1505026122**

JUDUL : **Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Choirul Huda, S. Ag., M. Ag.
NIP. 19760109 200501 1 002

Pembimbing II



Zuhdan Ady Fataron, M.M
NIP. 19840308 201503 1 003

PENGESAHAN

Nama : Ahmad Abdul Rosyad
NIM : 1505026122
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ EkonomiIslam
JudulSkripsi : **Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif (studi kasus pada mahasiswa angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang)**

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS pada tanggal:

30 Maret 2021

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

Semarang, 30 Maret 2021

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Warno. S.E., M.Si.
NIP. 19830721 201503 1 002

Sekretaris Sidang

Choirul Huda. M.Ag
NIP. 19690120 199403 1 004

Penguji I

Dr. H. Imam Yahya M.Ag
NIP. 19700410 199503 1 002



PembimbingI,

Choirul Huda. M.Ag
NIP. 19690120 199403 1 004

Penguji II

Arif Efendi. S.E., M.Sc.
NIP. 19850526 201503 1 002

PembimbingII,

Zuhdan Ady Fataron.M.M
NIP. 19840308 201503 1 003

MOTTO

Man Jadda Wajada

Barang Siapa Yang Bersungguh Sungguh, Maka Ia Akan Berhasil

(Pepatah Arab)

Hidup Itu Seperti Sepeda Agar Tetap Seimbang Kau Harus Terus Bergerak

(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

Sebagai tanda bukti dan terimakasih, karya kecil berupa skripsi ini saya persembahkan kepada :

Keluarga Tercinta

Terimakasih untuk ayah ibu tercinta, tersayang dan terhormat. karya ini saya persembahkan untuk ayah tercinta Ridlwan dan ibu tercinta Amanah dan tidak lupa istri tercinta Dina Fatma Ariyani dan si buah hati yang selalu memberi keceriaan Dyra Assyabiya. Saya juga berterimakasih kepada saudara saudara saya atas motivasi dan kasih sayangnya. Semoga karya ini dapat memberi kemanfaatan dan semoga Allah SWT senantiasa melindungi dimanapun kita berada.

Aamiin Aamiin Ya Robbal'amin

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan. Demikian deklarasi ini penulis tulis dengan sebenarnya.

Semarang, 2 Februari 2021

Deklarator,

Ahmad Abdul Rosyad
NIM 1505026122

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab – Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	ṭ
2	ب	B	17	ظ	ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ts	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	P
6	ح	ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Dz	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	ص	ṣ	29	ي	Y
15	ض	ḍ			

Hamzah (ء) yang letaknya di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ditengah atau akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

B. Vokal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dhammah	U	U

Vokal rangkap atau diftong bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan tanda huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيُّ	Fathah dan ya	Ai	A dan I
أَوْ	Fathah dan wau	Au	A dan U

C. Syaddah (Tasydid)

Dalam tulisan Arab dilambangkan dengan tanda (ّ), dalam transliterasi dilambangkan dengan pengulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda Syaddah.

Contoh: اِدَّة : *'iddah*

D. Kata Sandang

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al-...* misalnya القرآن : al-Qur'an. Al ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

E. Ta' marbutah

1. Bila dimatikan atau mendapat harakat sukun transliterasinya ditulis h.

Contoh: حكمة : *hikmah*

2. Bila dihidupkan karena dirangkai dengan kata lain atau mendapat harakat fathah, kasrah, dhammah, transliterasinya ditulis t.

Contoh: زكاة الفطر : *zakatul-fitri*

ABSTRACT

Consumptive behavior is the behavior of a person who is no longer based on rational considerations, materialistic tendencies, a strong desire to own luxurious and excessive things and the use of everything that is considered the most expensive and is driven by all the desire to fulfill the mere desire for pleasure.

Consumptive behavior is influenced by many factors, three of which are: lifestyle, financial literacy and religiosity. This study aims to determine the effect of lifestyle, financial literacy and religiosity on the consumptive behavior Force 2017/2018 Faculty of Economic and Islamic Business students at Walisongo State Islamic University Semarang. Method in this study using Probability Sampling approach in the form of Purposive Sampling with quantitative data type and data collection method used is the primary data obtained from the results of questionnaires that have been distributed to 60 students of the Faculty of Islamic Economics and Business class of 2017/2018. The analysis technique used is a statistical test of multiple linear regression models with the help of SPSS application software version 22.

From hypothetical tests that have been conducted by researchers obtained the results that lifestyle positively affects consumptive behavior, while financial literacy along with religiosity negatively affect the consumptive behavior Force 2017/2018 Faculty of Economic and Islamic Business students at Walisongo State Islamic University Semarang.

Keywords: Lifestyle, Financial Literacy, Religiosity, Consumptive Behavior

ABSTRAK

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Banyak faktor perilaku konsumtif, tiga diantaranya adalah: gaya hidup, literasi keuangan dan religiusitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari gaya hidup, literasi keuangan dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Probability Sampling* berupa *Purposive Sampling* dengan jenis data kuantitatif dan metode pengumpulan data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 60 mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam angkatan 2017/2018. Teknik analisis yang digunakan adalah uji statistik model regresi linier berganda dengan bantuan software aplikasi SPSS versi 22.

Dari uji hipotesis yang telah dilakukan peneliti diperoleh hasil bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan bersamaan dengan religiusitas berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Religiusitas, Perilaku Konsumtif

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim, Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh. Alhamdulillahirobil'alamin puji syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberi niqmat, kekuatan, serta kesabaran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang penulis beri judul **“Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan skripsi, penulis tidak lepas dari berbagai kesulitan yang penulis hadapi, namun dengan kesabaran dan kesehatan serta doa dan motivasi akhirnya skripsi ini terselesaikan. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II, dan III serta para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Drs. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.A., selaku ketua jurusan ekonomi islam yang selalu memberi dukungan terhadap mahasiswa/i nya.
4. Bapak Choirul Huda, S. Ag., M. Ag., selaku pembimbing I dan bapak Zuhdan Ady Fataron, M.M., selaku pembimbing II yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi pengarahan kepada penulis sampai akhir penyusunan skripsi ini, semoga Allah SWT senantiasa selalu memberi bapak kesehatan.
5. Bapak Rahman El-junusi, S.E., M.M selaku walidosen yang telah memberi dukungan sehingga bisa sampai ketitik ini.

6. Seluruh dosen dan karyawan UIN Walisongo yang telah memberikan ilmunya dan pelayanan selama penulis menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
7. Keluarga besar Prodi Ekonomi Islam dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian, atas bantuannya terimakasih.
8. Kedua orangtua penulis bapak Ridlwan dan Ibu Amanah, serta saudara-saudara penulis Nur Hidayah, Rif'atul M, Muh. Syahrul H.
9. Istri tercinta Dina Fatma Ariyani yang selalu memberikan kasih sayang serta cintanya dan si buah hati yang selalu ceria Dyra Assyabiy yang menemani penulis sampai dititik ini.
10. Sahabat penulis dan semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Terimakasih Atas keikhlasan dan kebaikan yang telah diberikan. semoga kita semua selalu diberi kemudahan, kelancaran dan kenikmatan dalam menjalani hidup ini. Demi perbaikan yang akan datang, mohon saran dan kritik yang membangun dengan senang hati penulis terima. Penulis harap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, wawasan dan kontribusi positif khususnya bagi penulis dan yang tertentu bagi para pembaca atau adik - adik yang membutuhkan skripsi untuk dibaca.

Aamiin Amin Ya Robbal'alam.

Semarang, 02 Februari 2021

Penulis

Ahmad Abdul Rosyad
NIM 1505026122

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMANPERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMANPENGENSAHAN	iii
HALAMANMOTTO	iv
HALAMANPERSEMBAHAN	v
HALAMANDEKLARASI	vi
HALAMANPEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
HALAMANABSTRACT	ix
HALAMANABSTRAK	x
HALAMANKATA PENGANTAR.....	xi
HALAMANDAFTAR ISI.....	xiii
HALAMANDAFTAR TABEL	xvi
HALAMANDAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II : KERANGKA TEORI	
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Gaya Hidup	11
2.1.2 Literasi Keuangan.....	13
2.1.3 Religiusitas	16

2.1.4 Perilaku Konsumtif	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritik	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Dan Sumber Data	26
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.3 Metode Pengumpulan Data	28
3.4 Variabel Penelitian Data dan Pengukuran.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5.1 Uji Kelayakan Data.....	30
3.5.2 Analisis Deskriptif.....	32
3.5.3 Uji AsumsiKlasik	32
3.5.4 Uji Hipotesis.....	33
BAB IV : PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Penelitian	35
4.1.1 Profil FEBI UIN Walisongo Semarang	35
4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam..	36
4.1.3 Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	36
4.2 Uji Kelayakan Data	37
4.2.1 Uji Validitas	37
4.3 Analisis Deskripsi	39
4.4 Uji Asumsi Klasik	40
4.4.1 Uji Normalitas	40
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	40
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41
4.5 Uji Hipotesis	42
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
4.5.2 Uji F (F-Test).....	43
4.5.3 Uji t (t-Test).....	44

4.6 Pembahasan	45
4.6.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.	45
4.6.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.	46
4.6.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.	47

BAB V : PENUTUP

5.1 Kesimpulan	48
5.2 Keterbatasa Penelitian	48
5.3 Saran.....	49
5.4 Penutup	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	34
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.3 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	36
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
Tabel 4.8 Hasil Uji F (F-Test)	40
Tabel 4.9 Hasil Uji t (t-Test)	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Rekapitulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 : Uji Validitas

Lampiran 4 : Uji Reliabilitas

Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 : Uji Hipotesis (Uji Regresi Linear Berganda)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia selalu melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Dalam berkehidupan, kebutuhan merupakan sesuatu yang harus dipenuhi. Ada tiga tingkatan dalam pemenuhan kebutuhan, yang pertama yaitu kebutuhan primer yang merupakan kebutuhan dasar (sandang, pangan, papan). Kemudian yang kedua kebutuhan sekunder (kendaraan, kulkas), serta yang terakhir adalah kebutuhan tersier (hiburan, barang mewah).

Berkembangnya Pembangunan Nasional Indonesia diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi. Adanya kemajuan ini secara nyata menyebabkan hasrat konsumtif dan daya beli juga bertambah. Kondisi tersebut membawa kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah semakin mewah dan berlebihan. Pola konsumsi terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan porsi yang berbeda-beda. Hampir tidak ada golongan yang luput dari hal tersebut. Kondisi ini dapat dicermati dengan semakin banyaknya tempat perbelanjaan yang disebut dengan supermarket atau mall. Kondisi ini menimbulkan dampak apa yang disebut dengan budaya konsumtif yang membentuk seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif di kesehariannya.

Dalam hal ini seseorang yang berperilaku tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.¹ Perilaku berkonsumsi tidak lagi dilakukan karena memang dibutuhkan, namun berkonsumsi dilakukan karena alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, serta ingin memperoleh pengakuan sosial sebagai tanda kemewahan.

¹ Dias Kanserina, *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015*, Jurnal Vol 5, No. 1, 2015.

Sebagian besar kelompok masyarakat yang mengarah untuk bersikap konsumtif adalah kelompok remaja, karena remaja menganggap bahwa penampilan dan gaya hidup mewah memiliki status lebih tinggi. Transisi dalam diri remaja mengakibatkan emosinya sangat labil, sehingga remaja sangat mudah dipengaruhi oleh faktor yang ada diluar dirinya seperti lingkungan pergaulannya.² Masa remaja berada pada rentang usia 12-21 tahun dengan pembagian menjadi tiga masa, yaitu masa awal remaja 12-15 tahun, masa tengah remaja 15-18 tahun, dan masa akhir remaja 18-21 tahun. Pada usia ini remaja mengalami perubahan baik secara fisik maupun psikis. Perubahan di masa ini berlangsung begitu cepat dan sangat dipengaruhi kemajuan zaman.³

Penelitian Sriatmini tahun 2009 yang dilakukan di Malang menunjukkan hasil bahwa remaja gengsi dan merasa malu jika tidak membeli barang yang tidak bermerek serta beranggapan mereka akan dikucilkan temannya, meskipun tidak mempunyai uang, mereka akan tetap membeli barang bermerek tersebut sekalipun dengan jalan yang tidak wajar. Beberapa siswa di SMAN se-Kota Malang (79,60%) menyatakan melakukan tindakan yang negatif seperti meminjam uang, mencuri, memalak, menipu, berbohong, bahkan melakukan tindak kekerasan terhadap orang lain hanya untuk memenuhi hasrat berbelanjanya.⁴ Demikian pula terjadi pada mahasiswa yang merupakan bagian dari remaja. Perilaku konsumtif pada mahasiswa sebenarnya dapat dimengerti apabila melihat usia mahasiswa sebagai usia peralihan dalam mencari jati diri.

Kecenderungan perilaku konsumtif yang ada pada mahasiswa disebabkan karena belum menemukan jati diri tentang bagaimana yang seharusnya dan tidak seharusnya dilakukan sehingga mereka hanya mengikuti tren lingkungan sekitarnya tanpa adanya filter. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, tiga diantaranya adalah : gaya hidup, literasi keuangan dan sisi religiusitas.

² Siti Chatijah, Purwadi, *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Remaja*, Jurnal Humanitas, Vol 4, no.2, Agustus 2007, hal. 111.

³ Nur Fitriyani, Presetyo Budi Widodo, Nailul Fauzia *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang*, Jurnal Psikologi Undip, Vol.12, No.1, April 2013, Hal. 56.

⁴ Ibid, hal.57.

Pertama : gaya hidup, mahasiswa sekarang ini cenderung mengikuti gaya hidup “kekinian” yang membuat mereka lebih percaya diri dalam bergaul. Sikap seseorang dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, membelanjakan uang, dan memanfaatkan waktunya dapat diartikan sebagai gaya hidup. Pandangan ekonomi terhadap gaya hidup ditunjukkan dengan bagaimana seorang individu dapat mengalokasikan keuangannya dan pola konsumsinya.

Gaya hidup seseorang adalah siklus hidup di dalam kesehariannya yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat (opini) yang bersangkutan. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungannya yang mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial di satu pihak dengan kepribadian di pihak lain. Aktivitas, minat dan opini (AIO) digunakan untuk meneliti kategori gaya hidup seorang konsumen seperti kreatifitas dalam memasak, sikap terhadap tayangan televisi, kebersihan rumah, sikap dan penerapan terhadap ajaran agama dan lain sebagainya.⁵

Perubahan gaya hidup mahasiswa bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa puber remaja, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang umunya sama yang menjadi model utama. Hal ini menyebabkan mahasiswa mengimitasi perilaku yang dilakukan oleh sekelilingnya. Pengimitasian ini terutama dialami oleh para remaja. Remaja sering berkumpul dengan sesama teman sebayanya. Dalam perkumpulan itu, remaja cenderung berbagi dengan sesamanya mengenai banyak hal termasuk gaya hidup dan tren modern.

Dampak negatif dari gaya hidup yang konsumtif adalah : (1) Pola hidup yang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu; (2) Menunda untuk menabung, orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung;

⁵ Debora kaharu, *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic*, jurnal ilmu dan riset manajemen, vol. 5, no.3, maret 2016, hal.3.

(3) Tidak memikirkan kebutuhan dimasa mendatang, seseorang akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhan kedepannya.⁶

Sama halnya juga dengan orang yang pengetahuan literasi keuangannya kurang akan mengalami kemungkinan kebangkrutan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal pengetahuan ekonomi tentang kecerdasan finansial adalah bagian dari kecerdasan mental seseorang yang berhubungan dengan bagaimana mencari solusi masalah keuangan. Penyebab kesulitan keuangan bukan dinilai dari pendapatan semata (rendahnya pendapatan), kesalahan dalam pengelolaan keuangan seperti kesalahan penggunaan kredit, dan tidak adanya perencanaan keuangan yang matang serta tidak memiliki tabungan dapat juga menjadi aspek atas masalah keuangan yang dialami seseorang. Maka dari itu mempunyai literasi keuangan yang mumpuni merupakan hal penting untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera dan berkecukupan.⁷

Pendapat yang dikemukakan Chen dan Volpe menyatakan bahwa mahasiswa yang berpengetahuan yang kurang akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka. Pengetahuan finansial mahasiswa yang buruk memberikan dampak yang salah dalam berkonsumsi serta tidak memperhitungkan kebutuhan penting yang harus dipenuhi. Seperti pada saat membuat perencanaan keuangan, jarang sekali mahasiswa membuat anggaran dengan beberapa alasan, padahal hal ini sangat penting guna menghindari pengeluaran berlebih yang biasanya disebabkan karena membeli barang tersier yang memang hanya untuk memuaskan keinginan.⁸

Meningkatnya sikap konsumtif pada remaja juga bisa dipengaruhi oleh tingkat religiusitas salah satu penyebabnya adalah keimanan seseorang yang menurun. Iman yang menurun, mengakibatkan seseorang melakukan tindakan yang melanggar norma

⁶ Delyana Rahmawani Pulungan, Hastina Febryati, *Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*, Jurnal Riset Sains Manajemen, Vol.2, No.3, 2018,, Hal. 106.

⁷ Yuriatul Akmal, Yogi Eka Syahputra, *Analisis Tingkat Literasi Keuangan*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol.1, No.2, Juli-Desember 2016, Hal.236.

⁸ Okky Dikria & Sri Umi Mintarti W, "*Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*", Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.9, No.2, Universitas Neeri Malang, 2016, Hal.135.

agama yang berlaku. Ajaran agama melarang kita semua untuk bersikap berlebihan, seperti bersikap konsumtif yang sering dilakukan. Sikap remaja masa kini kurang memahami nilai agama dan memiliki nilai-nilai dominan yang mempengaruhi pembentukan perilakunya. Kurangnya pemahaman tentang dosa dan pahala, tentang baik dan buruk menjadi penyebab dalam berperilaku konsumtif

Perlu adanya perubahan sikap hidup yang bernuansa religiusitas pada diri sendiri. Religiusitas yang cukup akan membuat seseorang patuh terhadap peraturan agama yang ada dan mengamalkan aturan dalam agamanya. Kepercayaan adanya suatu sebab dan akibat dari perbuatan, akan membuat seseorang berusaha memperdalam pengetahuan, menjalankan nilai, meyakini amalan agama, serta belajar melalui pengalaman-pengalaman keagamaan yang baik.⁹

Perubahan perilaku berkonsumsi perlu dilakukan guna adanya penyeimbang dengan produktifitas dikalangan mahasiswa. Perilaku konsumtif Mayoritas mahasiswa Islam berada pada tingkat sedang, yang mengarah ke tingkatan yang lebih lanjut, dalam hal ini dapat dibuktikan jika tingkat konsumsi tinggi maka nilai religiusitas yang dimiliki mahasiswa tersebut tinggi. Dalam Islam perilaku konsumtif yang berlebihan sebenarnya tidak diperbolehkan. “sesungguhnya termasuk pemborosan bila kamu makan apa saja yang kamu bernafsu memakannya” (HR. Ibnu Majah).

Penelitian ini dimotivasi oleh beberapa alasan yang pertama, banyaknya para remaja yang berperilaku konsumtif secara berlebihan karena ada beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti gaya hidup, literasi keuangan, dan religiusitas hal ini bisa berakibat buruk untuk para remaja di masa depannya, kedua beberapa penelitian sebelumnya terjadi perbedaan hasil (research gap). Menurut penelitian yang dilakukan Ervina rosamitha sandra devi pada tahun 2020 yang berjudul “*Analisis Pengaruh Praktik Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang*” menjelaskan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif pada perilaku konsumtif santri di PPM Baitul Janah yang

⁹ Siti Chatijah, Purwadi, *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Remaja*, Jurnal Humanitas, Vol 4, no.2, Agustus 2007, hal.112

ada di Malang.¹⁰ Meskipun nilai pengetahuan religiusitasnya tinggi, namun ketika nilai pengamalan religiusitasnya rendah, maka konsumtifnya tinggi.

Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan Rizka Fitri Prasetyaningsih di tahun 2018 yang berjudul “*Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Jenis Kelamin, dan Jurusan terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*” menjelaskan bahwa ada positif antara literasi keuangan dan pola konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Dapat diartikan, jika mahasiswa menguasai tingkat literasi keuangan yang baik, maka pola konsumsi yang dilakukan juga akan semakin baik.¹¹

Namun beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Ranti tri anggraini & fauzan heru santhoso tahun 2017 mengenai “*Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*” dapat ditunjukkan hasil bahwa pola hidup hedonis terhadap perilaku berkonsumsi pada remaja terdapat hubungan positif. Dengan demikian Semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.¹² Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Okky Dikkria & Umi Mintarti tahun 2016 berjudul “*Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*”.¹³ Serta penelitian dari Herlina Yustati tahun 2015 yang berjudul “*Konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam (Regresi religiusitas terhadap konsumerisme pada mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*”, dari kedua penelitian diatas dapat

¹⁰ Ervina Rosamitha Sandra Devi, *Analisis Pengaruh Praktik Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Santri di Poondok Pesantren Mahasiswa Baitul Janah Malang*, Jurnal Ilmiah, Malang : Universitas Brawijaya, 2020, hal. 1-13

¹¹ Rizka Fitri Prasetyaningsih, “*Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Jenis Kelamin, dan Jurusan terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*”, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018.

¹² Ranti Tri Anggraini & Fauzan Heru Santhoso, “*Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*”, Gadjah Mada Journal of Psychologi, Vol. 3(1), Universitas Gadjah Mada, 2017, Hal. 131-140

¹³ Dikkria, Okky., & Umi Mintarti W Sri., “*Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*”, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 9(2), 2016, Hal. 135

diketahui hasil yang menunjukkan faktor literasi keuangan dan religiusitas sama-sama berpengaruh negatif atau tidak mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.¹⁴

Penelitian ini menjadi hal menarik untuk dibahas karena untuk mengetahui perbedaan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dengan mahasiswa Universitas lainnya. Universitas Islam Walisongo Semarang menjadi wadah universitas yang memiliki kelebihan karena berbasis agama dan kesatuan ilmu, dengan harapan seluruh elemen mahasiswanya mempunyai nilai Islami dalam kesehariannya sehingga dapat mengontrol perilaku konsumtif yang berlebih. Peneliti memilih subjek mahasiswa angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dikarenakan mereka masih tergolong dalam kategori remaja tingkat akhir. Pada usia remaja masih mudah terpengaruh oleh lingkungan disekitarnya, bagaimana dia berperilaku, bergaya hidup, serta berkonsumsi. Peneliti melakukan pra riset untuk mengetahui apakah ada yang berperilaku konsumtif atau tidak, dengan sampel penelitian sebanyak 26 orang menggunakan beberapa indikator perilaku konsumtif.¹⁵ Berikut adalah hasilnya :

Indikator perilaku konsumtif	Ya	Tidak
Membeli produk karena tertarik dengan hadiah	61%	39%
Membeli produk karena backgroundnya menarik	48%	52%
Membeli barang untuk menjaga penampilan dan gengsi	73%	27%
Membeli barang atas pertimbangan kemewahan (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan)	35%	65%
Membeli barang hanya untuk menjaga simbol status	65%	35%
Memakai barang karena unsur kesukaan terhadap model yang	51%	49%

¹⁴ Herlina Yustati, "Konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam (regresi religiusitas terhadap konsumerisme pada mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jurnal Indo Islamika, Bengkulu : IAIN Bengkulu, Vol. 2(2), 2015, hal 25-50

¹⁵ Sumartono, *Terperangkap dalam iklan. Menropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, Bandung : Alfabetta, 2002, Hal. 117

mengiklankan		
Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri	48%	52%
Membeli lebih dari dua barang sejenis dengan merek yang berbeda	63%	37%
Jumlah	55,5 %	44,5 %

Dari tabel diatas dapat dijelaskan ada 61% yang membeli produk karena iming-iming hadiah, 73% yang membeli produk guna menjaga tren dan kegensian, 65% yang membeli produk hanya untuk menjaga lambang mata, 51% yang memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, serta 63% yang membeli lebih dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda. Jadi, hasil dari sampel penelitian menunjukkan bahwa 55,5% dari 26 mahasiswa angkatan 2017/2018 Fakultas ekonomii dan bisnis Islam UIN Walisongo semarang berperilaku konsumtif.

Dalam uraian latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik dan akan meneliti lebih mendalam tentang **“Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ?
2. Bagaimana Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ?
3. Bagaimana Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

2. Untuk Mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa .

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dalam penelitian ini yang diharapkan yaitu dapat memberikan informasi dan menambah khasanah ilmu pengetahuan adalah sebagai berikut

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam rangka mengurangi perilaku konsumtif.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan, referensi serta acuan dalam bidang ekonomi dan yang paling utama mengenai perilaku konsumtif.
3. Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam membina perilaku konsumsi, sehingga terhindar dari perilaku konsumtif yang buruk.
4. Dapat menjadi referensi penelitian berikutnya jika melakukan penelitian dengan topik yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

BAB I Menjelaskan mengenai latar belakang masalah termasuk penelitian terdahulu terkait kajian yang pernah dilakukan yang menjadi acuan dalam penelitian, kemudian rumusan masalah yang menjelaskan mengapa penelitian ini penting dilakukan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

BAB II menguraikan informasi dan kerangka teori bagi objek dalam penelitian yang terkait dengan judul skripsi ini mendiskripsikan tinjauan umum mengenai analisis gaya hidup, literasi keuangan, dan tingkat religiusitas yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Untuk itu dalam bab ini terdiri dari 4 sub bab, yaitu penjelasan mengenai gaya hidup, literasi keuangan, tingkat religiusitas, dan perilaku konsumtif

BAB III : METODE PENELITIAN

BAB III Metodologi penelitian berisi tentang jenis dan metode penelitian, jenis dan sumber data, metode penentuan populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan teknik analisis data. Semua prosedur, proses, dan hasil penelitian sejak persiapan hingga penelitian berakhir merupakan inti dari bab ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB IV memuat hasil penelitian mengenai pengaruh gaya hidup literasi keuangan, dan tingkat religiusitas terhadap perilaku konsumtif yang telah diperoleh dan interpretasi hasil penelitian dari data-data yang diperoleh oleh peneliti.

BAB V : PENUTUP

BAB V berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran bagi peneliti untuk permasalahan yang ada untuk penelitian selanjutnya dan penutup

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola perilaku yang dapat membedakan seseorang atau kelompok dengan yang lain. Jika gaya hidup dianggap sebagai ideologi, maka akan membentuk identitas diri individu dan kelompok serta membedakannya dengan orang lain. Tujuan gaya hidup adalah untuk dapat membentuk citra yang dapat dibanggakan oleh pengguna. Citra yang muncul melalui gaya hidup lebih sering bersinggungan dengan berbagai penampilan orang, dan memiliki kualitas yang dapat ditangkap dan dirasakan oleh indra. Gambaran yang dihasilkan oleh gaya hidup pilihan seseorang berkaitan erat dengan nilai dan status sosial dari model gaya hidup yang digunakannya.¹⁶

Mowen dan minor mengatakan bahwa gaya hidup memperlihatkan bagaimana orang hidup, bagaimana menghabiskan uang, dan bagaimana menggunakan waktu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan cara berekspresi dalam aktivitas, minat, dan kebiasaan seseorang yang mengeluarkan uang, serta cara mengalokasikan waktu.¹⁷

Gaya hidup merupakan kombinasi dan totalitas cara, tata, kebiasaan, pilihan serta objek-objek yang mendukungnya, dalam pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu. Gaya hidup juga mempengaruhi perilaku seseorang dan pada akhirnya menentukan gaya konsumsi seseorang. Gaya hidup menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana hidup, menggunakan uang, dan menggunakan waktu seseorang.¹⁸

Gaya Hidup dapat juga didefinisikan sebagai bagaimana seseorang hidup, Karena gaya hidupnya dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, seperti

¹⁶http://id.answers.yahoo.com/Digital_Collection_mtv-chapter3.pdf:2007 di akses pada 02 agustus 2020

¹⁷ Mowen, Minor, M., *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2008. Hal 81

¹⁸ Ujang sumarwan, *Perilaku Konsumen*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2002, Hal. 56.

maraknya shopping mall, aktivitas favoritnya, dan bagaimana manusia disekitarnya, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya.

Gaya hidup merupakan salah satu cara mengklasifikasikan konsumen secara psikografis. Pertanyaan yang sering digunakan mengungkapkan aktivitas (A atau activities), minat (I-interest) dan opini (O – opinion) konsumen. Disebabkan pengukurannya menanyakan aktivitas, minat, dan opini konsumen, maka sering disebut sebagai AIO statement.¹⁹

Aktivitas (kegiatan). Terehubung dengan Tindakan apa yang akan dilakukan konsumen, aktivitas apa yang akan mereka lakukan di waktu senggang, dan berbagai aktivitas lainnya. Aktivitas biasanya dapat diamati, tetapi pengukuran jarang dilakukan.

- a. Minat. Minat berkaitan dengan preferensi, hobi, dan prioritas kehidupan konsumen. Minat adalah upaya aktif untuk mencapai suatu tujuan.
- b. Opini (pendapat). Opini merupakan pendapat dan perasaan konsumen dalam menanggapi suatu masalah tertentu. Pendapat digunakan untuk mendeskripsikan penjelasan, ekspektasi, dan penilaian, seperti keyakinan tentang niat orang lain, ekspektasi peristiwa di masa mendatang, dan menimbang imbalan atau hukuman untuk konsekuensi dari tindakan alternative.

Setiap individu sudah menjadi keharusan baginya untuk memilih gaya hidup islami dalam menjalani hidup dan kehidupannya. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT :

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

¹⁹ Siti Anifah, *Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Intervening*, 2020, Hal 36-37.

Artinya : “katakanlah: inilah jalan (agama), aku dan orang-orang yang mengikutin mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujjah yang nyata, Maha Suci Allah, dan aku tiada termasuk orang-orang musyrik.”²⁰

2.1.2 Literasi Keuangan

OJK meyakini bahwa literasi keuangan mengacu pada pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Sikap dan perilaku keuangan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menentukan tujuan keuangan, membuat rencana keuangan, membuat keputusan keuangan dan mengelola keuangan dengan lebih baik guna mencapai kemakmuran.²¹

Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan yang bertujuan untuk mencapai kemakmuran. Pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan dapat menyelesaikan berbagai masalah, termasuk pengentasan kemiskinan.²² Menurut Program for International Student Assessment (PISA) tahun 2012, dijelaskan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan keuangan yang efektif, meningkatkan status keuangan individu dan kelompok, serta berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi.²³

Literasi keuangan mencakup beberapa kemampuan yang dimiliki seseorang dan pengetahuan tentang manajemen keuangan, dan mereka dapat mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Literasi keuangan sangat erat kaitannya dengan pengaruh perilaku, kebiasaan dan faktor eksternal.²⁴

²⁰Yayasan Penyelenggara Penerjemah/ Pentafsir Al-Quran, Al-Quran Dan TerjemahQS. Yusuf : 108

²¹OJK *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*.

²² Amanita Novi Yushita, *Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi*, Jurnal Nominal, Vol.6, No.1, 2017, Hal. 13

²³ Imawati, I., *Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program Ips Sma Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/ 2013*, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 2, No.1, 2013, Hal. 48

²⁴ Dwitya, Aribawa, *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Umkm Di Jawa Tengah*, Jurnal Siasat Bisnis, Vol.20, No.1, Januari 2016, Hal 3

Pentingnya literasi keuangan bagi pengelola keuangan pribadi. Pengetahuan keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang untuk menghindari masalah keuangan. Pengetahuan keuangan telah menarik lebih banyak perhatian di negara-negara maju, dan itu telah membuat orang semakin sadar akan pentingnya standar keuangan. Oleh karena itu, hasil penelitian secara umum menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan keuangan di negara maju masih sangat rendah, sedangkan tingkat pengetahuan keuangan di negara berkembang (yaitu Indonesia) bahkan lebih rendah.²⁵

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami kondisi keuangan dan konsep keuangan serta diaplikasikan ke dalam perilaku secara tepat. Menurutnya, pihaknya telah merumuskan 15 indikator pengetahuan keuangan yang telah disesuaikan dengan situasi di Indonesia, yaitu: (1) mencari pilihan karir; (2) memahami faktor-faktor yang mempengaruhi upah bersih; (3) menentukan sumber pendapatan; (4) Menjelaskan bagaimana mencapai kemakmuran dan mencapai tujuan keuangan; (5) Memahami anggaran tabungan; (6) Memahami asuransi; (7) Menganalisis risiko, pengembalian dan likuiditas; (8) Mengevaluasi pilihan investasi; (9) Menganalisis efek pajak dan inflasi Dampak pengembalian investasi; (10) Menganalisis pro dan kontra dari tunggakan; (11) Menjelaskan tujuan pencatatan kredit dan memahami hak debitur; (12) Menjelaskan metode untuk menghindari atau menyelesaikan masalah utang; (14) Mampu membuat catatan keuangan; (15) Memahami neraca, laporan laba rugi dan arus kas.²⁶

Literasi keuangan mengacu pada literasi keuangan yang dikembangkan sesuai dengan Pedoman Strategi Literasi Keuangan Nasional Indonesia. Literasi keuangan mengacu pada rangkaian proses atau kegiatan yang

²⁵ Amanita Novi Yushita, *Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi*, Jurnal Nominal, Vol.6 No.1, 2017

²⁶ Widyawati, I., *Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi finansial mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, Assets, Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, vol.1, no.1, 2012,hal. 89-99

dirancang untuk meningkatkan (terampil) konsumen dan masyarakat luas sehingga dapat mengelola keuangan dengan lebih baik.²⁷

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa konsep literasi keuangan merupakan tingkat pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan mulai dari pendapatan sampai dengan pengeluaran. Tingkat pengetahuan keuangan yang lebih tinggi akan berdampak pada kesejahteraan. Menurut Lusardi & Mitchell, pengetahuan keuangan mencakup empat konsep keuangan, yaitu:

1. Pengetahuan umum keuangan

Mencakup pengetahuan keuangan pribadi, yaitu bagaimana mengelola pendapatan dan pengeluaran, serta memahami konsep keuangan dasar.

2. Pengetahuan mengenai manajemen uang

Mencakup bagaimana setiap orang mengelola dan menganalisis keuangan pribadi mereka. Ini juga menginstruksikan semua orang tentang bagaimana merumuskan anggaran dan memprioritaskan penggunaan dana yang memenuhi tujuan.

3. Pengetahuan mengenai tabungan dan investasi

Tabungan adalah akumulasi kelebihan dana yang diperoleh dengan sengaja memakan sedikit pendapatan, sedangkan investasi adalah menabung atau menyimpan uang untuk membuatnya bekerja untuk menghasilkan lebih banyak uang.

4. Pengetahuan mengenai resiko

Cara menghadapi risiko akan memengaruhi keamanan finansial di masa depan. Salah satu cara yang tepat untuk mengatasi risiko tersebut adalah dengan memberikan asuransi atas aset atau risiko lainnya. Dalam menentukan asuransi aset sebagai pengelola resiko dan menghindari

²⁷ Otoritas Jasa Keuangan, “Literasi, Edukasi, Dan Inklusi Keuangan”, Direktorat Literasi Dan Edukasi (2014)

risiko tambahan yang mungkin akan terjadi sangat dibutuhkan literasi keuangan.²⁸

Dengan banyaknya informasi pengetahuan pengelolaan keuangan di era saat ini harusnya seseorang dapat lebih berhati – hati lagi dalam memetakan keuangannya hal ini senada dengan pengertian informasi menurut Gordon B Davis yang menyatakan bahwa informasi adalah data yang sudah diolah menjadi sebuah bentuk yang berguna bagi penerimanya dan bermanfaat dalam mengambil keputusan saat sekarang atau mendatang.²⁹

Dalam Syariat Islam juga dijelaskan bahwa segala apa yang ada di bumi dan langit merupakan anugrah dari Allah yang diperuntukkan kepada manusia untuk dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi kesejahteraan kehidupan manusia itu sendiri. Karena pada hakekatnya harta adalah milik Allah yang diberikan kepada manusia sebagai amanat untuk dibelanjakan (ditasyarufkan) dengan menggunakan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh Allah, sehingga dalam pemanfaatan harta kekayaannya manusia dibatasi dengan aturan-aturan Allah melalui hukum-Nya. Karena Allah lah yang memiliki segala sesuatu di bumi ini, sedangkan manusia hanya sebagai pemilik manfaatnya.³⁰

2.1.3 Religiusitas

Religiusitas menunjukkan tingkat keterikatan pribadi dengan agama. Hal ini menunjukkan bahwa kehidupan pribadi telah menginternalisasikan ajaran agamanya, sehingga berpengaruh dalam segala tingkah laku dan pandangan hidup. Religiusitas adalah seseorang yang percaya kepada Tuhan yang diwujudkan dengan menaati perintahnya dan menjauhi larangannya. Keberagaman atau keyakinan agama diwujudkan dalam semua aspek kehidupan manusia. Berbagai aktivitas tidak hanya terjadi ketika satu orang

²⁸ Lusardi, Mitchell, *National Bureau Of Economic Research 1050 Massachusetts Avenue Cambridge, MA 02138, 2008*

²⁹ Johan Arifin, *Sistem Informasi Manajemen*, 2015, Semarang : CV Karya Abadi Jaya, Hlm 45

³⁰ Siti Mujibatun, *Pengantar Fikih Muamalah*, Semarang : eLSA, 2012, hal. 34

melakukan ritual (pemujaan), tetapi juga ketika satu orang melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Karenanya, keberagaman seseorang akan mencakup beberapa dimensi.

Religiusitas adalah kondisi yang ada pada diri seseorang, yang mendorongnya untuk berperilaku dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan derajat ketaatannya pada agama.³¹ Menurut Glock dan Stark dimensi religiusitas ada lima, yaitu:

a. Dimensi keyakinan/ideologi

Dimensi ini mengacu pada tingkat kepercayaan umat Islam terhadap otentisitas doktrin agama, terutama dogma dasar dan doktrin agama. Dalam Islam, dimensi ini berkaitan dengan rukun iman yang berisi enam kepercayaan, yaitu percaya dengan keberadaan dan ke-Esaan Allah SWT, percaya terhadap malaikat-malaikat, Rasul-Rasul-Nya, Kitab-Kitab-Nya, adanya hari kiamat, dan qadha serta qadar Allah SWT. Konsep tauhid atau pengakuan akan ke-Esaan Allah SWT menjadi dasar dari dimensi ini. Enam rukun iman dalam hadis Rasulullah SAW :

الإِيمَانُ تَوْمِنٌ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ وَكُتُبِهِ وَرُسُلِهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ
وَتَوْمِنٌ بِالْقَدَرِ خَيْرِهِ وَشَرِّهِ (رواه مسلم)

Artinya : “keimanan itu ialah engkau akan percaya (beriman) pada Allah, malaikat, kitab suci, rasul, dan hari kiamat (hari akhir) dan engkau akan percaya kepada takdir baik dan buruk dari pada-Nya” (HR. Muslim).

b. Dimensi praktik

Dimensi ini terkait dengan komitmen dan kegigihan agamanya yang tercermin dalam ritual atau ibadah. Dimensi ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu: 1) Ritual, mengacu pada rangkaian tindakan formal keagamaan dan praktik sakral yang diharapkan dari pengikutnya. Dalam

³¹ Jalaluddin. R, *Psikologi agama: Memahami perilaku keagamaan dengan mengaplikasikan prinsip-prinsip psikologi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007, hal. 70

Islam, bentuk ritual yang disebutkan antara lain: shalat, puasa, zakat, haji untuk orang yang mampu, membaca dan mengamalkan Alquran, berkorban, dll. 2) Ketaatan, ketaatan dan ritual seperti halnya ikan dan air. Ketika seseorang sudah mengetahui ritual yang harus dikerjakan, lakukan ritual tersebut sebaik mungkin untuk menunjukkan bahwa "Saya adalah orang yang taat dan berkomitmen pada agama."

c. Dimensi pengalaman

Dimensi ini terkait dengan tingkat pengalaman beragama seseorang. Dimensi ini tercermin dalam rasa syukurnya kepada Allah, ia percaya bahwa Allah akan mengabulkan doa-doa kita, terutama ketika kita melaksanakan shalat, serta perasaan bergetar hati ketika mendengar lantunan ayat suci Al Quran. Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Menunjuk pada tingkatan perilaku muslim yang dimotivasi dari ajaran agamanya, seperti perilaku suka menolong dan bekerjasama.

Pendapatan tersebut sesuai dengan lima aspek dalam pelaksanaan ajaran agama islam tentang aspek-aspek religiusitas, yaitu aspek iman sejajar dengan *religious belief*, aspek islam sejajar dengan *religious practice*, aspek ihsan sejajar dengan *religious feeling*, aspek ilmu sejajar dengan *religious knowledge*, aspek amal sejajar dengan *religious*.

d. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi ini mengacu pada tingkat pemahaman umat Islam terhadap doktrin agama mereka, terutama doktrin dari dalam Alquran. Pemahaman agama dapat diwujudkan melalui kegiatan normatif tekstual dan kegiatan rasional empiris. Pengetahuan agama dapat diperoleh dengan membaca buku-buku agama, mengunjungi tokoh agama atau mengaji, mendengarkan acara keagamaan di radio, dan menonton acara keagamaan di TV, dan lain sebagainya.

e. Dimensi konsekuensi

Dimensi ini mengacu pada seberapa banyak doktrin agama yang dimiliki terhadap perilaku umat Islam. Dimensi ini tercermin dari perilaku orang yang bertakwa (menjalankan perintahnya dan menjauhi larangannya), antara lain: membantu orang lain berperilaku, bersedekah, adil kepada orang lain, jujur, tidak korupsi, tidak minum minuman keras, tidak berjudi, tidak terlibat dalam prostitusi / seks bebas, dan banyak lagi.³²

2.1.4 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai penggunaan suatu produk yang tidak lengkap, artinya suatu produk yang digunakan oleh seseorang belum habis, tetapi ditambahkan lagi jenis produk yang sama dengan menggunakan merek lain, atau disebut produk yang dibeli karena alasan berikut: mendapat hadiah yang ditawarkan atau membeli produk hanya karena banyak orang menggunakannya.

Seorang muslim dalam berkonsumsi seharusnya mengutamakan sesuatu yang pasti memberi manfaat dan baik bagi kesehatan, agar terhindar dari kemubadziran, sebab hal itu dilarang dalam agama islam.³³ Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai sikap individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang serta jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan sebelum menentukan tindakan.³⁴ Perilaku konsumtif termasuk dalam kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tak terbatas, membeli sesuatu dengan berlebihan atau tidak terencana dengan baik.³⁵

³² Muhammad nasrullah, *Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*, jurnal hukum islam, vol. 13, no.2, desember 2015, hal. 82

³³ Muhammad fahmi, *perilaku konsumtif dalam al quran*, IQT.UNIDA.Gontor.ac.id

³⁴ Mangkunegara, Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*, Bandung : PT. Refika Aditama, 2002, hal. 51

³⁵ Chita, M. C. R., David, L. & Pali C., *Hubungan antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011*. Jurnal eBiomedik, vol.3, no.1, 2015, hal. 298

Alasan pembelian barang atau jasa yang tidak direncanakan adalah tidak adanya konsep anggaran berdasarkan prioritas, sedangkan perilaku konsumtif mengacu pada perilaku emosional konsumen tanpa rencana dan kebutuhan, tetapi hanya karena kepuasan, memuaskan daya tarik yang dirasakan permintaan akan produk. Perilaku konsumtif tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi dikendalikan oleh keinginan untuk memuaskan hasrat duniawi. Kita tahu bahwa perilaku konsumtif dapat menyebabkan kemewahan yang berlebihan, mengedepankan keinginan daripada kebutuhan, membeli barang-barang yang sebenarnya tidak perlu dan mengkonsumsi terlalu banyak barang. Perilaku ini bertentangan dengan islam dimana kita dilarang berlebihan dalam mengkonsumsi sesuatu. Hal ini tercantum dalam Al-Quran surat Al-Furqon ayat 67 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: *“Dan apabila orang-orang yang membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak pula (kikir) dan adalah (pembelanja itu) ditengah-tengah antara demikian”*.

Dalam surat al-Furqon ayat 67 tersebut dijelaskan bahwa manusia tidak diperkenankan berlebih-lebihan dalam membelanjakan hartanya dan tidak boleh kikir.

Qs. Al-isra:27

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: *“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”*.

Bagi yang menyalahgunakan kekayaan secara berlebihan (boros), itu adalah Setan saudara. Ketika setan membujuk mereka untuk melakukan korupsi dan penggunaan properti yang tidak semestinya, artinya mereka menerima godaan ini. Setan selalu kufur terhadap nikmat Tuhan. Demikian

pula yang tergolong temannya, akan sama seperti sifat setan.³⁶ Dapat disimpulkan bahwa Perilaku konsumtif adalah kecenderungan membeli atau mengkonsumsi komoditas yang tidak dibutuhkan, konsumsi ini tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, karena individu lebih memperhatikan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Menurut sumartono, perilaku konsumtif dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu:

1. Membeli produk karena hadiah, membeli barang atau menggunakan jasa disebabkan tertarik dengan hadiah yang ditawarkan.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik, Artinya motivasi membeli produk hanya karena kemasan produk terlihat rapi dan menarik.
3. Membeli produk untuk menjaga penampilan dan prestise, anak muda membeli dengan tujuan agar selalu mempunyai penampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Para remaja mengeluarkan lebih banyak uang untuk menjaga penampilan mereka.
4. Membeli produk berdasarkan harga (bukan berdasarkan pendapatan atau kegunaan) seringkali diwujudkan dengan adanya keinginan kehidupan yang mewah, sehingga cenderung menggunakan segala sesuatu yang dianggap paling mewah.
5. Membeli produk hanya untuk menjaga simbol mata, dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status yang membuatnya terlihat lebih keren di mata orang lain.
6. Memakai produk karena unsur model yang mengiklankan, cenderung memakai produk yang ditawarkan oleh *public figure* yang diidolakan.
7. Membeli produk dengan harga tinggi untuk meningkatkan rasa percaya diri, sehingga harus mencoba suatu produk karena percaya bahwa apa yang dikatakan dalam iklan dapat meningkatkan rasa percaya dirinya.³⁷

2.2 Penelitian Terdahulu

³⁶Yayasan Penyelenggara Penerjemah/ Pentafsir Al-Quran, Al-Quran Dan Terjemah

³⁷ Sumartono, Terperangkap dalam Iklan. Meneropong Imbas pesan Iklan Televisi, Bandung: Alfabeta, 2002, hal 117

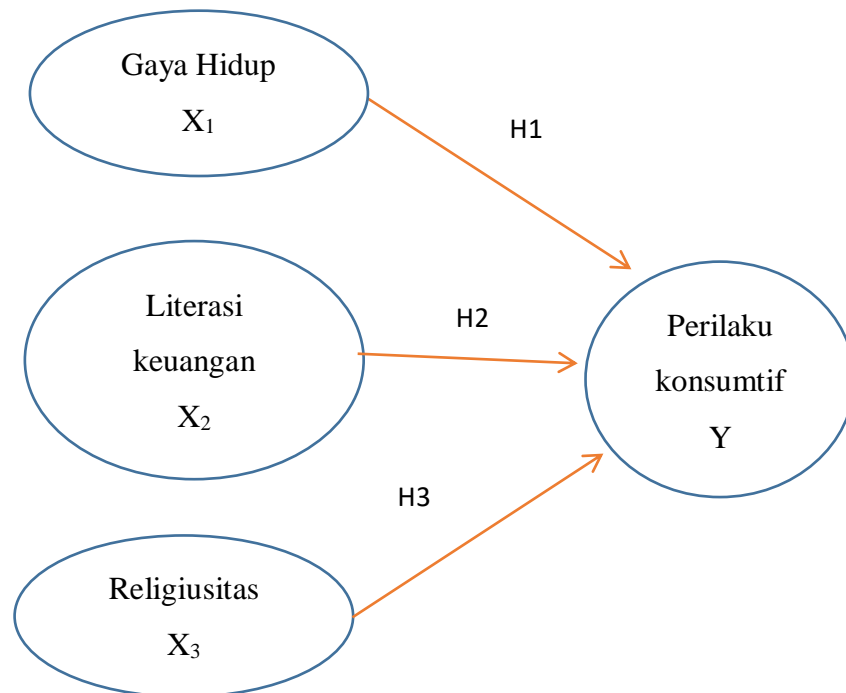
No	Peneliti	Tahun	Judul	Hasil
1.	Ranti tri angraini & fauzan heru santhoso	2017	Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja.	Berdasarkan hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. Semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.
2.	Okky dikkria	2016	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013	literasi keuangan dan pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini terjadi karena apabila mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik maka mahasiswa tersebut dapat mengendalikan emosinya dalam

				berkonsumsi, sehingga lebih rasional dan tidak akan berperilaku konsumtif.
3.	Bawono	2014	Kontribusi Religiusitas dalam Rasionaltas Konsumsi Rumah Muslim	Religiusitas berpengaruh negatif, sehingga Perilaku konsumsi yang dilakukan oleh individu rumah tangga tergolong proporsional yaitu tidak berlebihan, hal ini karena tingkat religiusitas yang cukup tinggi.
4.	Herlina yustati	2015	Konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam (regresi religiusitas terhadap konsumerisme pada mahasiswa UIN Syarif	Menunjukkan bahwa pengaruh religiusitas terhadap konsumerisme menunjukkan hubungan negatif, bahwa jika nilai religiusitas tinggi

			Hidayatullah Jakarta	maka nilai konsumerisme akan rendah
--	--	--	-------------------------	---

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritik

Berdasarkan kerangka teori dan penelitian terdahulu maka dapat disusun kerangka pemikiran teoritik yang disajikan dalam gambar berikut ini :



2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu pernyataan atau jawaban sementara dan kebenarannya perlu dibuktikan secara empiris, atau dugaan yang sifatnya masih lemah.³⁸ Berdasarkan permasalahan yang ada, penelitian ini memiliki hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif

³⁸Yogi Sugito, *Metodologi Penelitian – Metode Percobaan dan Penulisan Karya Ilmiah* (Malang : UB Press), Cetakan Ketiga, 2013, hlm. 27

Hipotesis ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan Ranti tri anggraini & Fauzan heru santhoso di tahun 2017 yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. Semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.³⁹

H1 : Gaya Hidup berpengaruh positif Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif

Hipotesis yang kedua didasarkan pada penelitian yang dilakukan Okky dikkria & Umi mintarti di tahun 2016 yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan pengendalian diri berpengaruh negatif artinya tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini terjadi karena apabila mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik maka mahasiswa tersebut dapat mengendalikan emosinya dalam berkonsumsi, sehingga lebih rasional dan tidak akan berperilaku konsumtif begitu juga sebaliknya.⁴⁰

H2 : Literasi Keuangan berpengaruh negatif Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

3. Hubungan antara Religiusitas terhadap perilaku konsumtif

Hipotesis yang ketiga ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Herlina Yustati di tahun 2015 yang menunjukkan hasil bahwa religiusitas terhadap konsumerisme berpengaruh negatif, bahwa jika nilai religiusitas tinggi maka nilai konsumerisme akan rendah.⁴¹

³⁹ Dikkria, Okky., & Umi Mintarti W Sri., "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 9(2), 2016, Hal. 135

⁴⁰ Dikkria, Okky., & Umi Mintarti W Sri., "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 9(2), 2016, Hal. 135

⁴¹ Herlina Yustati, "Konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam (regresi religiusitas terhadap konsumerisme pada mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, *Jurnal Indo Islamika*, Bengkulu : IAIN Bengkulu, Vol. 2(2), 2015, hal 25-50

H3 : Religiusitas berpengaruh negatif Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angket yang dipakai untuk meneliti sampel. Pengumpulan data tersebut menggunakan konsep penelitian, analisis data kuantitatif

maupun kualitatif, dengan tujuan untuk menguji hasil penelitian yang sebelumnya sudah ditetapkan.⁴²

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer yang merupakan data yang langsung diambil dari sumber. Data primer dapat berupa opini subyek (orang), secara individual (kelompok), hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian-pengujian seperti wawancara atau hasil dari kuesioner. Data primer ini diperoleh dari Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang melalui *google form*.⁴³

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah suatu wilayah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁴⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang sebanyak 598 mahasiswa.

Sampel merupakan jumlah tertentu yang dimiliki oleh populasi.⁴⁵ Metode pengumpulan sampel menggunakan *Probability Sampling* yang berupa *Purposive Sampling*, yaitu metode penetapan sampel.⁴⁶ Sebagaimana dikatakan oleh Suharsimi Arikunto bahwa apabila subyeknya kurang dari 100 orang, maka lebih baik diambil secara keseluruhan sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subyeknya besar dapat diambil 10% sampai 15% atau lebih.⁴⁷ Dalam penelitian ini penulis akan mengambil 10% dari jumlah populasi, yakni 10% dari 598 adalah 59,8, sehingga dibulatkan menjadi 60 orang. Kriteria yang

⁴²Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*, Bandung : 2016.

⁴³Muchamad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, Semarang: Walisongo Press, 2009, hal. 165.

⁴⁴ Radhiya Fajri, *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*, UIN Syarif Hidayatullah, 2016, Hal.44.

⁴⁵Dede Sumarni, *Pengaruh Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pdam Tirta Moedal Semarang)*, Universitas Negeri Semarang, 2011, Hal.34.

⁴⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung, 2009, Hal. 14.

⁴⁷ Suharsini Arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek edisi V*, (jakarta:PT Rineka Cipta, 2001), Hal. 112

digunakan untuk sampel adalah mahasiswa aktif Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

3.3 Metode Pengumpulan Data

1. Angket (Kuesioner)

Angket atau kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi beberapa pertanyaan, pernyataan kepada responden untuk dijawab.⁴⁸ Instrumen yang diberikan kepada responden menggunakan skala likert 4 poin untuk mengukur dan mengumpulkan data variabel gaya hidup, data variabel literasi keuangan, data variabel religulitas, dan data variabel perilaku konsumtif. Nantinya responden akan memilih jawaban dari pernyataan dengan jawaban yang sudah ditentukan, yaitu sebagai berikut :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) nilai skor 1
- b. Tidak Setuju (TS) nilai skor 2
- c. Setuju (S) nilai skor 3
- d. Sangat Setuju (SS) nilai skor 4

2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk mengetahui suatu dengan melihat catatan, dokumen yang berhubungan dengan objek yang diteliti.⁴⁹

3.4 Variabel Penelitian Data dan Pengukuran

1. Variabel Terikat (dependen)

Variabel terikat atau biasa disebut dengan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas atau independen. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah :

- a. Perilaku Konsumtif

⁴⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung : Alfabeta, 2010, Hal. 199.

⁴⁹Sutrisno Hadi, *Metodologi Research I*, Yogyakarta : 1993, Hal. 135.

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif. Beberapa indikator dalam Perilaku Konsumtif adalah sebagai berikut :

1. Membeli produk karena kemasannya menarik
 2. Membeli produk untuk menjaga gengsi, penampilan, dan prestise
 3. Membeli produk berdasarkan harga (bukan berdasarkan pendapatan atau kegunaan)
 4. Membeli produk hanya untuk menjaga simbol mata
 5. Memakai produk karena unsur model yang mengiklankan
 6. Membeli produk untuk meningkatkan rasa percaya diri
2. Variabel bebas (independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya variabel dependen.⁵⁰ Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah :

a. Gaya Hidup

Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator Gaya Hidup (X1), sebagai berikut :

1. Memakai produk bermerk yang dapat mencerminkan status sosial dan meningkatkan rasa percaya diri.
2. Mengikuti trend mode fashion dan kurang berhemat untuk kebutuhan sehari-hari.
3. Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi dimata teman.

b. Literasi Keuangan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator Literasi Keuangan (X2), sebagai berikut :

1. Mengalokasikan sebagian uang untuk kebutuhan mendatang.
2. Menyukai hal tentang pengelolaan keuangan pribadi.
3. Selalu membuat perencanaan setiap ingin menggunakan uang.

⁵⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan-Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2013, Hal. 61.

4. Merasa perlu untuk memiliki asuransi untuk melindungi diri
- c. Religiusitas

Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator Religiusitas (X3), sebagai berikut :

1. Mengedepankan aspek kehalalan dalam keputusan pembelian produk
2. Berusaha mengamalkan ajaran agama sebaik-baiknya (tolong menolong, saling memaafkan, bertanggung jawab).
3. Yakin terhadap ajaran agama (percaya kepada Allah SWT, Rasul, Malaikat, Kitab suci, Qadha dan Qadhar, Hari akhir).
4. Melakukan ibadah secara rutin (sholat fardhu dan sunnah, puasa ramadhan dan sunnah, bersedekah, berlaku sopan, menutup aurat, dan membaca al-Qur'an).⁵¹

Pengukuran variabel dilakukan dalam bentuk ceklist di *google form* oleh responden menggunakan skala likert 4 poin untuk mengukur dan mengumpulkan data variabel gaya hidup, data variabel literasi keuangan, data variabel religulitas, dan data variabel perilaku konsumtif. Nantinya responden akan memilih jawaban dari pernyataan dengan jawaban yang sudah ditentukan : (Sangat Tidak Setuju nilai skor 1, Tidak Setuju nilai skor 2, Setuju nilai skor 3, Sangat Setuju nilai skor 4).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Uji Kelayakan Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur kevalidan suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pernyataan tersebut mampu untuk menunjukkan sesuatu yang diukur dengan kuesioner tersebut. Uji Signifikan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel dengan *Degree Of Freedom* ($df = n-2$).⁵²

⁵¹ Annisa Adzkiya, *Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017*, Skripsi, Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2018, Hal. 57-59

⁵² Ibid, Hal. 52-59.

Untuk mengetahui apakah instrumen valid atau tidaknya dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikan. Jika nilai signifikan < 0,05 (5%) maka dinyatakan valid, akan tetapi jika nilai signifikannya > 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid.⁵³ Dalam hal Uji Validitas akan menggunakan bantuan dari *Software Program SPSS Versi 22* dengan korelasi rumus *Product Moment Pearson*.⁵⁴

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 y^2}}$$

keterangan :

r_{xy} : Korelasi *Product Moment Pearson*

x : $(x_i - \bar{x})$

y : $(y_i - \bar{y})$

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu instrumen dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji seberapa jauh konsisten suatu konsep yang akan diukur.⁵⁵ Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,06. Uji Reliabilitas menggunakan *Software Program SPSS versi 22* dengan rumus *Cronbach's Alpha*.⁵⁶

$$Rn = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

keterangan :

⁵³ Afifatun Nisa', *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*, Skripsi, Malang : Universitas Maulana Malik Ibrahim, 2016, Hal. 53.

⁵⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta, 2012, Hal. 228.

⁵⁵ Ibid, Hal. 228.

⁵⁶ Faris Muhammad Haikal, *Pengaruh Kompetensi, Independensi, Skeptisisme Profesional Auditor Terhadap Pendeteksian Fraud*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung, 2007, Hal. 29.

Rn	: Relatif instrumen
K	: banyak pertanyaan
$\Sigma\sigma^2$: Jumlah Varians
σ^2	: Varians total

3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk memberi bayangan profil data sampel.⁵⁷ Analisis Deskriptif menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data yang dilihat dari standar deviasi, mean, varian, minimum, maksimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemenceng distribusi).⁵⁸ Pengujian ini dibantu dengan *Software Program SPSS Versi 22*.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bermaksud untuk memperhatikan bahwa data sampel yang berasal dari populasi normal atau tidak. proses perhitungan uji normalitas ini menggunakan rumus Kolmogorov Smirnov yang dilakukan dengan Asymp Sig. (2-tailed) yang dibantu dengan *Program SPSS Versi 22*. Dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari tingkat alpha 5% Sig. (2-tailed) > 0,05, dan jika nilai signifikansi yang didapat kurang dari tingkat alpha 5% Sig. (2-tailed) < 0,05 maka hasilnya tidak normal.⁵⁹

2. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas mempunyai tujuan untuk menguji adanya kolerasi antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi bisa dikatakan baik jika tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen.

⁵⁷Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis, Panduan Bagi Praktisi Dan Akadenisi*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2003, Hal. 134.

⁵⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS 23 Edisi 8*, Penerbit : Undip Semarang, 2016, Hal. 52-59

⁵⁹Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta : CV Andi Offset, 2014

jika nilai VIF < 10 atau nilai tolerance > 0,01. dalam penelitian ini dibantu dengan *Software Program SPSS Versi 22*.⁶⁰

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk pengujian model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. model regresi yang baik jika nilai probabilitas > 0,05 maka bebas dari heteroskedastisitas, dan jika nilai < 0,05 maka model regresi tersebut terjadi heteroskedastisitas.⁶¹

3.5.4 Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis menggunakan regresi linier berganda, model regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dengan Keterangan :

Y = Variabel dependen

α = Konstanta regresi

β = Koefisien regresi

X1 = Variabel independen

X2 = Variabel independen

X3 = Variabel independen

e = Error

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi biasa digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R). Regresi dapat dikatakan tepat dalam koefisien (R^2) jika nilainya antara 0 – 1. Dalam hal ini pengujian koefisien determinasi dibantu dengan menggunakan *Software Program*

⁶⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005, Hal. 206.

⁶¹Ibid, Hal. 301

SPSS Versi 22. Dengan ini jika nilai R^2 kecil menunjukkan arti kemampuan variabel independen terbatas. dan sedangkan jika nilai R^2 mendekati 1 maka artinya menunjukkan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan variasi variabel dependen.⁶²

2. Uji F (F-Test)

Uji F bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen.⁶³ Dalam uji F menggunakan bantuan *Software Program SPSS Versi 22*. Dengan ketentuan jika signifikansi $< 0,05$ maka variabel bebas secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat artinya H_0 diterima dan H_a ditolak, dan sedangkan jika signifikansi $> 0,05$ maka variabel bebas secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.⁶⁴

3. Uji t (t-Test)

Uji t (t-Test) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Uji t dalam penelitian ini menggunakan bantuan *Software Program SPSS Versi 22*. Jika p-value $> 0,05$ maka hipotesis ditolak yang artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. dan sedangkan p-value $< 0,05$ maka hipotesis diterima yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.⁶⁵

⁶²Ibid, Hal. 97

⁶³Anton Bawono, *Multivariate Analisis Dengan SPSS*, STAIN Salatiga Press, 2006, Hal. 91.

⁶⁴Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23 Edisi 8*, UNDIP Semarang, 2016, Hal. 229.

⁶⁵Ibid, Hal, 228

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Penelitian

4.1.1 Profil FEBI UIN Walisong Semarang

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau biasa disebut FEBI Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berdiri pada tahun 2013, yang diresmikan oleh Menteri Agama republik indonesia Dr. Suryadharma Ali. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dilatarbelakangi oleh beberapa pertimbangan sebagai berikut :

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai jalur pendidikan yang sangat strategis untuk memenuhi kebutuhan bidang ekonomi khususnya sektor perbankan nasional serta memenuhi tantangan perkembangan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat modern saat ini dan yang akan datang.
2. Banyaknya bank-bank atau lembaga keuangan konvensional yang mambuka layanan syariah dan disamping itu lahirlah bank-bank syarih baru.
3. Banyaknya lulusan sekolah menengah kejuruan maupun madrasan aliyah yang lebih memilih kuliah ke perguruan tinggi umum dikarnakan program studi perguruan tinggi lebih prospektif, markatable, dan menjanjikan bidang lapangan kerja yang lebih luas.
4. Keberadaan tenaga ahli ekonomi dan perbankan syariah semakin dipeelukan, hal ini semakin banyaknya bank-bank umum konvensional yang membuka layanan syariah.
5. Universitas Islam Negeri Walisongo terletak diwilayah sentral ekonomi dan kawasan industri yang banyak dikelilingi jenis industri, unit usaha, dan begitu juga lembaga keuangan.

4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

1. Visi

Terdepan dalam pengembangan ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam berbasis kesatuan ilmu untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038.

2. Misi

- a. Menyelenggarakan pendidikan ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.
- b. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis islam yang mampu menjawab masalah tentang perekonomian masyarakat.
- c. Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- d. Menggali mengembangkan ataupun menerapkan nilai kearifan lokal dalam bidang Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- e. Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional standar internasional.

3. Tujuan

- a. Mempunyai lulusan yang kapasitas akademik yang profesional dalam bidang ekonomi dan bisnis islam dengan budi yang mampu menerakan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
- b. Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi dan bisnis islam yang kontributif untuk peningkatan kualitas kehidupan masyarakat.⁶⁶

4.1.3 Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1. D3 Perbankan Syariah
2. S1 Ekonomi islam
3. S1 Akuntansi Syariah

⁶⁶Profil FEBI UIN Walisongo Semarang, <http://febi.walisongo.ac.id/profil-febi-uin-walisongo/>, Diakses Tgl 02/12/2020

4. S1 Perbankan Syariah
5. S1 Manajemen
6. S2 Ekonomi Syariah.⁶⁷

4.2 Uji Kelayakan Data

4.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sebuah kuesioner yang telah dibagikan dianggap layak atau tidak untuk pengujian hipotesis. pengujian validitas dilakukan pada empat variabel yaitu gaya hidup, religiulitas, literasi keuangan dan perilaku konsumtif. pengujian ini dilakukan dengan korelasi bivariate antara score butir pertanyaan dengan totalnya. dengan ketentuan jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 maka dikatakan valid, namun jikan nilai Sig. (2-tailed) > 0,05 maka tidak valid.⁶⁸

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Sig. (2-tailed)	Taraf Sig. (2-tailed)	Keterangan
Gaya Hidup	X1.1	0,000	0,05 (5%)	Valid
	X1.2	0,000		Valid
	X1.3	0,000		Valid
	X1.4	0,000		Valid
	X1.5	0,000		Valid
	X1.6	0,000		Valid
Literasi Keuangan	X2.1	0,000	0,05 (5%)	Valid
	X2.2	0,000		Valid
	X2.3	0,000		Valid
	X2.4	0,000		Valid
	X2.5	0,000		Valid
	X2.6	0,000		Valid
	X2.7	0,000		Valid
	X2.8	0,000		Valid
	X2.9	0,000		Valid
	X2.10	0,000		Valid
Religiusitas	X3.1	0,000		Valid

⁶⁷Program Studi FEBI UIN Walisongo <http://febi.walisongo.ac.id/> Diakses Tgl 02/12/2020

⁶⁸ Afifatun Nisa', "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)", Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2016, Hal. 53.

	X3.2	0,000	0,05 (5%)	Valid
	X3.3	0,000		Valid
	X3.4	0,000		Valid
	X3.5	0,000		Valid
	X3.6	0,000		Valid
	X3.7	0,000		Valid
	X3.8	0,002		Valid
	X3.9	0,000		Valid
	X3.10	0,000		Valid
	Perilaku Konsumtif	Y.1		0,000
Y.2		0,002	Valid	
Y.3		0,000	Valid	
Y.4		0,000	Valid	
Y.5		0,000	Valid	
Y.6		0,000	Valid	
Y.7		0,000	Valid	
Y.8		0,000	Valid	
Y.9		0,000	Valid	
Y.10		0,000	Valid	

Berdasarkan hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan setiap variabel dinyatakan valid. karena memiliki nilai Sig. (2-tailed) < 0,05(5%).

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk pengujian seberapa konsisten seperangkat pengukuran mengukur secara konsisten suatu konsep yang diukur.⁶⁹ Uji Reliabilitas merupakan suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk diinginkan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban dari responden konsisten dari waktu ke waktu. Dalam pengujian reliabilitas penelitian ini menggunakan formula *Cronbarch Alpha* > 0,06.⁷⁰

⁶⁹Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, Bandung : Alfabeta, 2012, Hal. 228.

⁷⁰Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8, Undip, Semarang, 2016

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	keterangan
Gaya Hidup (X ₁)	0,648	Reliabel
Literasi Keuangan (X ₂)	0,821	Reliabel
Religiulitas (X ₃)	0,810	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,833	Reliabel

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa keseluruhan varibel dinyatakan reliabel. dikarenakan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga kuesioner ini layak menjadi alat ukur dalam penelitian.

4.3 Analisis Deskripsi

Dalam analisis deskripsi objek yang digunakan peneliti yaitu mahasiswa aktif angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo. pengumpulan data variabel Gaya Hidup (X₁) Literasi Keuangan (X₂) Religiulitas (X₃) dan Perilaku Konsumtif (Y) dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert yang mempunyai 4 jawaban. Teknik pengabilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Data primer dalam penelitian ini disebar sebanyak 60 kuesioner melalui *google form*.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif data penelitian diperoleh informasi mengenai nilai maksimum, minimum, rata-rata, dan standar deviasi.

Tabel 4.3
Hasil Analisis Deskriptif

	X1	X2	X3	Y
N Valid	60	60	60	60
Mean	15,08	31,72	32,93	22,43
Std Deviation	3,310	4,338	4,591	5,023
Minimum	8	20	12	9
Maximum	23	40	40	36

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk ,enguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal atau tidak normal. Pengujian ini dilakukan dengan cara uji ststistik non-parametrik *One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)* dan dibantu *Program SPSS Versi 22*. Dengan ketentuan jika nilai signifikansi lebih besar dari tingkat alpha 5% Sig. (2-tailed) maka hasil berdistribusi normal.⁷¹

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,46966048
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,044
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas Asymp Sig. (2-tailed) memperoleh nilai sebesar **0,200**, dan hasil itu menunjukkan bahwa dalam model regresi ini data dikatakan **berdistribusi normal** karena $> 0,05$.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. pengujian ini menggunakan bantuan dari *Software Program SPSS Versi 22*. dengan ketentuan jika VIF

⁷¹Dwi Priyatno, SPSS 22 Pengelohan Data Terpraktis, Yogyakarta : CV Andi Offset, 2014

kurang dari 10 atau tolerance lebih dari 0,10 maka dinyatakan bebas dari multikolinearitas.⁷²

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	12,144	5,430		2,236	,029		
	GAYA HIDUP	1,003	,155	,661	6,493	,000	,847	1,180
	LITERASI K	-,122	,140	-,105	-,866	,390	,599	1,670
	RELIGIULITAS	-,030	,137	-,027	-,219	,827	,560	1,785

a. Dependent Variable: PERILAKU K

Dari hasil uji multikolinearitas nilai tolerance dari ketiga variabel bebas lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. dengan hal ini disimpulkan bahwa model regresi tersebut **bebas dari masalah multikolinearitas** sehingga layak digunakan untuk penelitian.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu ke pengamatan lainnya. pengujian ini menggunakan bantuan *Software Program SPSS Versi 22*, dengan nilai ketentuan jika nilai probabilitas > 0,05 dalam arti bebas dari heteroskedastisitas.⁷³ Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁷²Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Ketiga, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005, Hal.206

⁷³Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Ketiga, Semarang : Badan Penerbit UNDIP, 2005, Hal. 301

Tabel 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	-3,025	3,165		
gaya hidup	-,025	,094	-,035	-,265	,792
literasi k	,171	,080	,345	2,150	,036
Religiulitas	,021	,076	,045	,277	,783

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan hasil dari output SPSS memperoleh nilai signifikansi variabel independen X_1 sebesar 0,792, X_2 sebesar 0,036, dan X_3 sebesar 0,783 yang artinya bahwa model regresi **tidak mengandung heteroskedastisitas** atau variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

4.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji hipotesis model regresi linear berganda dalam penelitian ini dibantu dengan *Software Program SPSS Versi 22* yang meliputi uji koefisien determinasi (R^2), uji F (F-Test), dan uji t (T-Test).

4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam uji koefisien determinasi atau (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R), dengan ketentuan jika nilai R^2 mendekati 1 maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁷⁴

⁷⁴Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS, Edisi Ketiga, Semarang : UNDIP, 2005, Hal. 97.

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,723 ^a	,523	,497	3,561

a. Predictors: (Constant), religiulitas , gaya hidup, literasi k

Berdasarkan hasil output spss diketahui bahwa *Adjusted R Square* sebesar **0,497**. besarnya angka koefisien determinasi (R^2) **0,497** sama dengan **49,7%** yang artinya bahwa variabel gaya hidup, literasi keuangan, religiulitas, mempengaruhi variabel perilaku konsumtif sebesar **49,7%** dan sisanya **50,3%** telah dipengaruhi oleh variabel diluar model regresi lain.

4.5.2 Uji F (F-Test)

Uji F bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen.⁷⁵ Dengan ketentuan apabila signifikansi < 0,05 maka variabel bebas secara bersama berpengaruh terhadap variabel terikat dalam arti H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.8
Hasil Uji F (F-Test)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	778,459	3	259,486	20,459	,000 ^b
	Residual	710,274	56	12,683		
	Total	1488,733	59			

a. Dependent Variable: perilaku k

b. Predictors: (Constant), religiulitas , gaya hidup, literasi k

⁷⁵Anton Bawono, Multivariate Analisis Dengan SPSS, Salatiga, STAIN Salatiga Press, 2006, Hal. 91.

Berdasarkan hasil perhiungan uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar **0,000** yang artinya $< 0,05$ (5%). Dengan ini dapat disimpulkan variasi nilai variabel bebas atau variabel independen dapat menjelaskan variasi nilai dependen, sehingga variabel gaya hidup, literasi keuangan, dan religiusitas secara bersama **berpengaruh** terhadap variabel perilaku konsumtif.

4.5.3 Uji t (t-Test)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Dengan ketentuan jika nilai p-value $< 0,05$ maka hipotesis diterima yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.⁷⁶

Tabel 4.9
Hasil Uji t (t-Test)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	9,828	5,543		1,773	,082
	gaya hidup	1,102	,164	,671	6,725	,000
	literasi k	-,050	,139	-,043	-,356	,723
	Religiusitas	-,094	,133	-,086	-,707	,482

a. Dependent Variable: perilaku k

Berdasarkan tabel uji t diperoleh t-tabel dua arah sebesar **2.00324** dan nilai konstanta sebesar 9,828. hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, literasi keuangan, dan religiusitas dianggap konstanta (0), maka perilaku konsumtif sebesar **9,828**.

1. Gaya Hidup (X_1)

Berdasarkan pada tabel diatas variabel gaya hidup diperoleh hasil t-hitung sebesar **6,725** dengan Sig. **0,000** dikarenakan nilai t-hitung

⁷⁶Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23 Edisi 8, UNDIP Semarang, 2016, Hal. 228

> t-tabel dan Sig. <0,05, maka hipotesis pertama diterima. Jadi penelitian ini membuktikan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

2. Literasi Keuangan (X_2)

Berdasarkan perhitungan tabel diatas variabel literasi keuangan memperoleh hasil t-hitung sebesar **-0,356** dengan Sig. **0,723**. Dikarnakan nilai t-hitung < t-tabel dan nilai Sig. >0,05 maka hipotesis literasi keuangan diterima karena menunjukkan hasil negatif.

3. Religiusitas (X_3)

Berdasarkan hasil diatas variabel religiusitas (X_3) diperoleh hasil t-hitung sebesar **-0,707** dengan Sig. **0,482**. dikarenakan nilai t-hitung < t-tabel dengan nilai Sig. > 0,05 maka hipotesis variabel religiusitas diterima sebab menunjukkan hasil negatif.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Berdasarkan pengujian statistik regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup (X_1) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) pada mahasiswa angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Hal ini bisa dilihat dari nilai sig sebesar **0,000** < **0,05**. Hasil tersebut juga didukung dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Nilai t hitung yang didapat dari variable literasi keuangan sebesar **6,725** > t table **2,003** dan $\beta = 1,102$ bernilai positif.

Hal ini menunjukkan bahwa ketika gaya hidup mahasiswa angkatan 2017/2018 FEBI semakin tinggi hal itu juga akan meningkatkan seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif. Perubahan perilaku konsumtif tentang gaya hidup yang telah terlanjur dirasakan dapat diimbangi dengan adanya gaya hidup produktif dengan mencoba menjadi produsen

yang memenuhi pola konsumsi generasi modern saat ini, sehingga dapat menciptakan ide kreatif dalam ekonomi.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Nur Madia pada tahun 2020 yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap variabel perilaku konsumtif pada pegawai keuangan PT Pelabuhan Indonesia I (Persero).⁷⁷

4.6.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Berdasarkan pengujian statistik regresi linier berganda yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan (X_2) berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Y) pada mahasiswa angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Hal ini bisa dilihat dari nilai sig sebesar **0,723 > 0,05**. Hasil tersebut juga didukung dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Nilai t hitung yang didapat dari variable literasi keuangan sebesar **-0,356 < t table 2,003** dan $\beta = -0,050$ bernilai negatif.

Hasil penelitian memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mawo, Thomas dan Sunarto pada tahun 2017 yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa.⁷⁸ Yang artinya semakin kurangnya pengetahuan keuangan dan kemampuan seseorang dalam mengimplementasikan aspek - aspek keuangan yang salah satunya adalah pengetahuan dasar keuangan mencakup pengeluaran, asset, hutang dan resiko maka akan menghasilkan perilaku konsumtif yang buruk dan pengelolaan keuangan yang kurang efektif.

⁷⁷ Nur madia indah, “*Pengaruh Literasi keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pegawai Studi Kasus PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) Medan*”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Medan : Universitas muhamadiyah Sumatera Utara , 2020, Hal. 75

⁷⁸ Mawo, Thomas, dan Sunarto, “*Pengaruh literasi keuangan, konsep Diri dan Budaya terhadap Perilaku Konsumtif*”. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 2017, vol.6 no.1

4.6.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Berdasarkan hasil uji statistik regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa pada variabel (X_3) yaitu religiusitas terhadap variabel (Y) perilaku konsumtif mahasiswa angkatan 2017/2018 berpengaruh negatif dikarenakan nilai sig sebesar $0,482 > 0,05$. Hasil tersebut juga didukung dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Nilai t hitung yang didapat dari variable religiusitas sebesar $-0,707 < t \text{ table } 2,003$ dan $\beta = -0,482$ bernilai negatif. Jadi dengan ini tingkat religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arif Rahmat dan Hesi Eka Puteri pada tahun 2020 yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Bukittinggi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.⁷⁹ Hasil ini bisa menjadi bukti bahwa tingkat religiusitas seseorang ataupun mahasiswa FEBI yang sudah dibekali dengan pengetahuan spiritualitas yang cukup tidak menjamin bisa mengatur perilaku konsumtifnya dengan baik. Maka dari itu kita harus selalu menjaga iman dan taqwa kita untuk terus menjadi hamba yang baik yang dapat menjaga diri dari kemudhorotan perilaku konsumtif yang berlebih.

⁷⁹ Arif Rahmat & Hesti Eka Puteri, "Pengaruh hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *Ekonomika Syariah : Journal of economic Studies*, 2020, vol.4, no.1, Hal. 52

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil yang diperoleh dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi berganda tentang gaya hidup, literasi keuangan dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Gaya Hidup (X_1) **berpengaruh positif** dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Hal ini ditunjukkan dari nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut juga didukung dengan nilai t hitung $6,725 > t$ table $2,003$ yang artinya gaya hidup menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.
2. Variabel Literasi Keuangan (X_2) **berpengaruh negatif** terhadap perilaku konsumtif (Y) Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Hal ini ditunjukkan dari nilai sig sebesar $0,723 > 0,05$. Hasil tersebut juga didukung dengan nilai t hitung $0,356 < t$ table $2,003$ yang artinya literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa masih kurang sehingga tidak mempengaruhi perilaku konsumtif.
3. Variabel Religiusitas (X_3) **berpengaruh negatif** terhadap perilaku konsumtif (Y) Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Hal ini ditunjukkan dari nilai sig sebesar $0,482 > 0,05$. Hasil tersebut juga didukung dengan nilai t hitung $-0,707 < t$ table $2,003$ yang artinya walaupun mahasiswa mempunyai pengetahuan religiusitas yang cukup belum bisa menjamin pola perilaku konsumtif seseorang.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu persentase variabel lain yang kurang dijelaskan dalam penelitian dan keterbatasan dalam menjelaskan hasil uji regresi linier berganda secara dalam.

5.3 Saran

1. Peneliti selanjutnya diharapkan memasukkan atau menambahkan variabel independen lainnya yang disini tidak dijelaskan dalam penelitian, agar dapat meneliti varabel lainnya yang mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan sampel yang lebih luas lagi sehingga tidak hanya yang berada di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang melainkan dapat mengambil sampel di beberapa tempat lainnya.

5.4 Penutup

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur penulis ucapkan atas keadirat Allah SWT. yang telah memberikan kekuatan, kesabaran peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa karya ini masih banyak kekurangan baik dalam segi bahasa, penyajian, penulisan, maupun analisis. Maka dari itu saran dan kritik selalu diharapkan untuk kesempurnaan serta kepentingan semua. Semoga tugas akhir atau skripsi yang sudah ditulis oleh penulis bisa menyumbangkan nilai yang baik, manfaat, dan menambah pengetahuan kita bersama. *Aamiin Ya Robbal'alamin.*

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiya, Annisa. 2018. *Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017)*. Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah. Hal. 57-59
- Akmal, Yuriatul. Eka Syahputra Yogi. 2016. *Analisis Tingkat Literasi Keuangan*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam. Vol. 1. No. 2. Hal.236.
- Anifah, Siti. 2020. *Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Intervening*. Hal 36-37.
- Anwar Prabu, Mangkunegara. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT. Refika Aditama. Hal. 51.
- Aribawa, Dwiitya. 2016. *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan UMKM Di Jawa Tengah*. Jurnal Siasat Bisnis. Vol. 20(1). Hal 3.
- Arif Permana, Imam. 2015. *Pengaruh Partisipasi Publik dan Akuntabilitas Terhadap Kinerja Keuangan Daerah*. Universitas Negeri Padang. Hal. 13.
- Rahmat, Arif., Hesti Eka Puteri. 2020. *Pengaruh hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa*. Ekonomika Syariah : Journal of economic Studies. Vol.4, no.1. Hal. 52
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analisis Dengan SPSS*. STAIN Salatiga Press. Hal. 91.
- Devi, Ervina R. S., 2020. “Analisis Pengaruh Praktik Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang”. Jurnal Ilmiah. Malang : Universitas Brawijaya. hal. 1-13
- Dias Kanserina. 2015. *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Jurnal Vol 5. No. 1.
- Dikria, Okky. Umi Mintarti W Sri. 2016. *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. Vol. 9. No.2. Hal. 135.
- Fahmi, Muhammad. *Perilaku Konsumtif Dalam Al Quran*. IQT.UNIDA.Gontor.ac.id.
- Fajri, Radhiya. 2016. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*. UIN Syarif Hidayatullah. Hal.44.

- Febryati, Hastina, dkk. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Jurnal Riset Sains Manajemen. Vol. 2. No. 3. Hal. 106.
- Fitriyani, Nur, dkk. 2013. *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang*, Jurnal Psikologi UNDIP. Vol.12. No.1. Hal. 56.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hal. 97 - 301.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23 Edisi 8*. Penerbit : Undip Semarang. Hal. 52–229.
- Hadi, Sutrisno. 1993. *Metodologi Research I*. Yogyakarta. Hal. 135.
- http://id.answers.yahoo.com/Digital_Collection_mtv-chapter3.pdf:2007 di akses pada 02 agustus 2020.
- I, Imawati. 2013. *Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program Ips Sma Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/ 2013*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. Vol. 2. No.1. Hal 48.
- I, Widyawati. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Assets. Jurnal Akuntansi dan Pendidikan. Vol.1. No.1. Hal. 89-99.
- Johan Arifin, *Sistem Informasi Manajemen*, 2015, Semarang : CV Karya Abadi Jaya, Hlm 45
- Indah, Nur madia,. 2020. *Pengaruh Literasi keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pegawai (Studi Kasus PT. Pelabuhan Indonesia I (persero) medan)*. Medan : Universitas muhamadiyah Sumatera Utara. Hal. 75
- Kaharu, Debora. 2016. *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 5. No.3. Hal.3.
- Lusardi, Mitchell. 2008. *National Bureau Of Economic Research 1050 Massachusetts Avenue Cambridge*. MA 02138.
- Mawo., Thommas., dan Sunarto. 2017. *Pengaruh literasi keuangan, konsep Diri dan Budaya terhadap Perilaku Konsumtif*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. Vol.6. no.1
- Minor M, Mowen. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga. Hal 81.
- Muchamad Fauzi. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Semarang : Walisongo Press. Hal. 165

- Muhammad Haikal, Faris. 2007. *Pengaruh Kompetensi, Independensi, Skeptisisme Profesional Auditor Terhadap Pendeteksian Fraud*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung. Hal. 29.
- Mujibatun, Siti. 2012. *Pengantar Fikih Muamalah*. Semarang : eLSA. Hal. 34
- Nasrullah, Muhammad. 2015. *Islamic Branding,Religiusitas dan Keputusan Konsumen terhadap Produk*. Jurnal Hukum Islam. Vol. 13. No.2. Hal 82.
- Nisa',Afifatun. 2016. *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*. Skripsi. Universitas Maulana Malik Ibrahim. Hal. 53.
- Novi Yushita, Amanita. 2017.*Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi*. Jurnal Nominal. Vol.6. No. 1. Hal 13.
- Novi Yushita, Amanita. 2017. *Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi*. Jurnal Nomina. Vol.6 No.1.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017.*Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Direktorat Literasi dan Edukasi (*Revisit*).
- Otoritas Jasa Keuangan. 2014. *Literasi, Edukasi, Dan Inklusi Keuangan*. Direktorat Literasi dan Edukasi.
- Pali C, Chita, M. C. R., David, L. 2015. *Hubungan antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011*. Jurnal eBiomedik. Vol.3, No.1. Hal. 298.
- Prasetyaningsih, Rizka Fitri. 2018. *“Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Jenis Kelamin, dan Jurusan terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Priyatno, Dwi. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Profil FEBI UIN Walisongo Semarang.<http://febi.walisongo.ac.id/profil-febi-uin-walisongo/>, Diakses Tgl 02/12/2020.
- Program Studi FEBI UIN Walisongo.<http://febi.walisongo.ac.id/>, Diakses Tgl 02/12/2020.
- R, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Agama: Memahami Perilaku Keagamaan dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. Hal 70.

- Siti Chatijah, Purwadi. 2007. *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Remaja*. Jurnal Humanitas. Vol 4. No.2. Hal. 111.
- Sugito, Yogi. 2013. *Metodologi Penelitian – Metode Percobaan dan Penulisan Karya Ilmiah* Cetakan Ketiga. Malang : UB Press.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung. Hal. 14.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan, Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta. Hal. 199.
- Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta. Hal. 228.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan-Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta. Hal. 61.
- Sugiyono. 2016. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung.
- Sumarni, Dede. 2011. *Pengaruh Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pdam Tirta Moedal Semarang)*. Universitas Negeri Semarang. Hal.34.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan. Meneropong Imbas pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta. Hal. 117.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia. Hal. 56.
- Tri Angraini, Ranti,. Fauzan Heru Santhoso,. 2017. *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. Gadjah Mada Journal of Psychology. Vol. 3(1). Universitas Gadjah Mada. Hal. 131-140
- Wibisono, Dermawan. 2003. *Riset Bisnis, Panduan Bagi Praktisi Dan Akademi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. Hal. 134.
- Yayasan Penyelenggara Penerjemah/ Pentafsir Al-Quran, Al-Quran Dan Terjemah (diakses 02/12/2020).
- Yustati, Herlina. 2015. *“Konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam (regresi religiusitas terhadap konsumerisme pada mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”*. Jurnal Indo Islamika. Bengkulu : IAIN Bengkulu. Vol. 2(2). Hal 25-50.

LAMPIRAN

Lampiran 1
Kuesioner Penelitian

Kepada Yth,

Mahasiswa/i Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Di tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya Ahmad Abdul Rosyad mahasiswa prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang saat ini tengah melaksanakan penelitian untuk skripsi yang merupakan salah satu syarat kelulusan S1. Penelitian ini berjudul **“Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang)”**

Dengan hal tersebut, saya memohon bantuan kepada saudar/i untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner yang telah saya buat. jawaban salah atau benar tidak menjadi masalah karena kuesioner ini tidak ada jawaban benar ataupun salah, akan tetapi saudara/i diharapkan mengisi kuesioner ini dengan jujur sesuai dengan pengalaman saudara/i. Kuesioner ini semata-mata dibuat untuk kepentingan penelitian, sehingga jawaban maupun identitas saudara/i dijamin kerahasiaannya. Atas bantuan dan kesediaan waktu saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Bacalah setiap pernyataan dengan teliti dan seksama dan hubungkan dengan pengalaman saudara/i sebelum menentukan jawaban. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut saudara/i sesuai pengalaman dengan memberika tanda checklist pada pilihan yang telah tersedia pada opsi jawaban.

Angka 1 (STS) : Sangat Tidak Setuju

Angka 2 (TS) : Tidak Setuju

Angka 3 (S) : Setuju

Angka 4 (SS) : Sangat Setuju

Nama Lengkap :

Nim :

Jurusan :

1. Variabel Gaya Hidup (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
1	Saya menggunakan handphone untuk mengetahui informasi terbaru				
2	Saya menggunakan sepeda motor untuk pergi kuliah atau kerja				
3	Saya menggunakan sebagian uang saku untuk membeli produk pemuas keinginan bukan pemenuh kebutuhan				
4	Saya membeli mukena baru padahal mukena lama masih layak pakai				

5	Saya membeli pakaian baru karena kebutuhan prestise				
6	Saya membeli lauk diluar karena merasa kurang puas				

2. Variabel Literasi Keuangan (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
1	Pada saat membeli sebungkus rokok saya selalu dengan cermat membandingkan harga				
2	Saya mengikuti berita perkembangan kondisi perekonomian				
3	Saya bisa membedakan keinginan dan kebutuhan				
4	Menyimpan uang di bank merupakan cara menyimpan uang yang aman dan untuk memenuhi kebutuhan tak terduga.				
5	Saya menyimpan bukti pembayaran penting (Slip UKT, slip kos, rekening listrik dan bukti pembayaran lainnya) karena khawatir suatu saat dibutuhkan				
6	Pengeluaran dan pemasukan uang harus dicatat				
7	Saya memisahkan uang jajan dan uang pendidikan				
8	Saya menganggarkan pengeluaran bulanan sesuai dengan skala prioritas kebutuhan				
9	Investasi bermanfaat untuk menyimpan masa depan				

	yang lebih matang				
10	Investasi merupakan penanaman modal untuk asuransi jangka panjang dengan harapan mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang				

3. Variabel Religiusitas (X₃)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
1	Walaupun dalam keadaan lelah, saya tetap sholat berjamaah dimasjid				
2	Saya yakin riba tidak akan mendatangkan manfaat di kemudian hari				
3	Saya selalu berpikir positif ketika mendengar ejekan atau komentar jelek tentang saya				
4	Setelah ditegur, saya mencoba tidak marah dan intropeksi diri				
5	Saya menjaga segala sesuatu agar tetap rapi dan bersih				
6	Saya menaati segala peraturan yang berlaku				
7	Saya selalu menyisihkan uang untuk bersedekah daripada harus menghamburkan uang untuk hal yang tidak				

	bermanfaat				
8	Pemborosan akan mengakibatkan masalah finansial di kemudian hari				
9	Investasi merupakan anjuran yang bersandar pada dalil – dalil Al-qur'an				
10	Dalam mengambil keputusan saya sering kali memikirkan terlebih dahulu				

4. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
1	Saya mudah tertarik untuk membeli pakaian yang tengah marak dipakai oleh artis				
2	Ketika melihat barang diskon dan saya merasa suka, saya langsung membelinya				
3	Saya suka dengan barang barang bermerk				
4	Ketika membeli barang, saya tertarik karena senang dengan modelnya				
5	Jika seluruh pakaian dimasukan kedalam lemari , maka terlihat sangat penuh bahkan tidak cukup				
6	Saya senang membeli produk yang terbaru untuk menunjang penampilan				
7	Selama seminggu, lebih dari dua kali saya membeli lauk				

	atau makanan diluar				
8	Saya biasanya laundry untuk pakaian yang sulit dibersihkan dan untuk pakaian” yang penting				
9	Tujuan saya menyetor uang untuk ditabung adalah untuk membeli kebutuhan sehari – hari sesuai trend serta untuk refreshing di tempat yang terkenal disaat penat				

Variabel	No.	Indikator	Item Pernyataan
Gaya Hidup	1.	Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi dimata teman	1, dan 2
	2.	Memakai produk bermerk yang dapat mencerminkan status sosial dan meningkatkan rasa percaya diri	3
	3.	mengikuti trend mode fashion dan kurang berhemat untuk kebutuhan sehari-hari	4, 5, dan 6
Literasi keuangan	1.	Selalu membuat perencanaan setiap ingin menggunakan uang	1, 6, dan 8
	2.	Menyukai hal tentang pengelolaan keuangan pribadi	2, 3, dan 5
	3.	Mengalokasikan sebagian uang untuk kebutuhan mendatang	9
	4.	Merasa perlu untuk memiliki asuransi untuk melindungi diri	10
Religiusitas	1.	Melakukan ibadah secara rutin (sholat fardhu dan sunnah, puasa ramadhan dan sunnah, bersedekah, berlaku sopan, menutup aurat, dan	1, 6, 7, dan 8

		membaca al-Qur'an)	
	2.	Mengedepankan aspek kehalalan dalam keputusan pembelian produk	2
	3.	Berusaha mengamalkan ajaran agama sebaik-baiknya (tolong menolong, saling memaafkan, bertanggung jawab)	3, 4, dan 5
	4.	Yakin terhadap ajaran agama (percaya kepada Allah SWT, Rasul, Malaikat, Kitab suci, Qadha dan Qadhar, Hari akhir)	9, dan 10
Perilaku konsumtif	1.	Membeli produk berdasarkan harga (bukan berdasarkan pendapatan atau kegunaan)	1
	2.	Membeli produk hanya untuk menjaga simbol mata	5, dan 6
	3.	Membeli produk untuk menjaga gengsi, penampilan, dan prestise	3, 7, dan 8
	4.	Membeli produk karena kemasannya menarik	4
	5.	Membeli produk untuk meningkatkan rasa percaya diri	9
	6.	Membeli barang karena ada diskon atau hadiah	2

Lampiran 2

Rekapitulasi Jawaban Responden

1. Variabel Gaya Hidup (X_1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Jumlah
3	3	2	1	2	1	12
4	3	3	3	3	3	19
4	4	3	3	3	3	20
4	4	2	3	3	2	18
3	1	1	2	2	2	11
4	4	2	1	3	2	16
3	2	2	3	2	2	14
4	1	2	1	1	2	11
4	4	1	1	1	2	13
3	2	3	3	4	3	18
3	2	4	1	2	2	14
3	3	3	2	2	3	16
3	4	2	3	2	3	17
4	2	2	3	2	2	15
4	1	2	1	3	2	13
3	2	3	3	3	3	17
4	3	1	1	1	1	11
4	3	4	3	4	4	22
4	4	1	1	3	4	17
4	3	2	2	3	3	17
4	4	3	1	2	3	17
4	1	2	1	2	2	12
3	2	3	2	3	3	16
3	3	3	2	2	3	16
4	4	1	1	1	1	12
3	3	3	3	3	2	17
3	3	3	3	2	3	17
4	3	2	2	2	3	16
4	2	3	2	2	1	14
4	1	3	3	3	3	17
4	4	3	2	3	3	19
4	4	2	1	2	2	15

4	3	3	1	2	3	16
4	3	2	2	2	2	15
4	3	2	1	2	2	14
4	1	3	1	2	2	13
4	3	2	1	1	1	12
4	2	2	2	3	1	14
4	4	2	2	3	1	16
3	4	2	2	3	3	17
4	1	1	1	2	1	10
4	4	4	2	3	3	20
4	3	3	3	3	1	17
3	2	2	2	2	3	14
4	3	1	1	1	2	12
4	1	1	1	1	1	9
4	4	1	2	1	1	13
4	4	1	3	2	2	16
4	1	2	2	3	3	15
4	1	3	1	3	3	15
3	2	3	3	3	3	17
4	3	3	3	3	2	18
3	3	3	3	3	4	19
3	2	1	3	3	2	14
4	3	3	4	4	2	20
4	2	3	3	3	3	18
4	4	3	2	2	3	18
4	4	4	3	4	4	23
3	1	3	1	2	3	13
4	4	3	4	4	4	23

2. Variabel Literasi Keuangan (X₂)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Jumlah
3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
2	3	3	4	3	2	3	2	3	4	29
3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	34
1	3	3	3	3	2	3	3	4	4	29
1	2	3	2	2	2	2	2	3	3	22
3	3	4	3	2	2	2	3	3	4	29
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
1	3	4	4	4	3	4	3	4	4	34
1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	35
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
1	3	3	3	4	2	3	3	4	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
4	3	4	2	3	1	2	2	4	4	29
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	31
2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	31
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	36
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	32
2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	35
2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	25
3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	33

3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
2	2	3	3	2	2	3	2	4	4	27
2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	31
3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	37
3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	35
2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	27
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
1	3	1	1	3	3	3	4	3	3	25
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	28
2	2	4	3	3	2	3	4	4	4	31
1	3	3	4	3	3	3	3	4	4	31
4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	37
2	2	3	4	4	4	3	3	4	4	33
1	3	4	4	4	3	4	3	4	4	34
4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	36
1	3	4	3	3	4	4	3	4	4	33
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	3	3	3	4	4	3	2	4	4	34
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	37
1	3	4	3	4	3	3	2	3	4	30
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	29

3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	32
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	26
2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	31
3	3	4	3	4	2	4	3	4	4	34
1	2	1	4	3	1	1	2	3	4	22
4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	33
1	2	2	2	2	1	3	3	2	2	20

3. Variabel Religiusitas (X₃)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Jumlah
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	31
4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	34
3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	34
2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	37
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	35
2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	31
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31

2	4	2	3	3	3	3	3	4	4	31
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	30
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32
3	1	4	1	4	4	4	4	4	4	33
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	33
3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	33
2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	31
2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	28
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	12
2	4	3	3	2	2	2	4	3	3	28
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	37
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	33
2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32
3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	33
2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	37
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33

3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32
2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	35
3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	34
3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	37
3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	37
2	1	4	3	4	3	3	4	4	4	32
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
1	1	4	4	3	2	4	4	4	4	31
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	4	4	3	3	2	3	4	4	4	33
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	32
3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	32
3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	32
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	37
2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	28
2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	30
2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	33
2	3	4	2	2	2	3	2	3	2	25
2	4	3	3	4	2	4	3	3	4	32
4	3	1	2	2	4	3	2	2	3	26

4. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Jumlah
2	1	2	1	2	2	3	1	3	17
3	2	3	3	3	3	3	2	3	25
2	2	2	3	3	2	2	1	4	21
3	2	3	3	3	3	2	2	3	24
1	1	1	1	2	1	3	1	2	13
1	1	1	3	1	1	4	4	4	20
2	2	3	3	3	3	3	3	3	25
1	1	3	4	2	3	4	4	3	25
1	2	2	3	2	2	3	3	3	21
2	2	4	4	4	2	2	4	4	28
3	2	2	3	2	2	1	1	3	19
2	2	3	3	2	2	3	3	3	23
1	3	2	4	4	2	3	3	2	24
2	2	3	3	3	3	3	3	3	25
4	2	2	3	3	3	3	3	2	25
2	1	3	2	3	2	3	3	4	23
1	1	2	3	2	2	3	1	3	18
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	2	2	3	1	2	4	2	2	20
2	2	2	3	4	3	3	3	3	25
3	2	2	3	3	2	3	2	4	24
1	2	2	3	2	2	3	2	3	20

3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
2	2	3	3	2	2	3	3	3	23
1	1	1	3	1	1	2	4	4	18
3	2	4	3	3	3	3	3	4	28
2	2	2	3	3	2	4	3	3	24
2	2	2	2	3	2	3	3	3	22
1	2	3	3	1	1	3	1	2	17
2	4	4	3	4	4	4	1	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
1	3	2	3	2	2	3	3	3	22
2	2	2	3	2	2	2	3	3	21
2	2	3	3	3	2	2	2	3	22
2	2	2	3	2	2	2	2	3	20
2	2	3	3	2	2	1	1	3	19
1	2	1	3	1	1	3	1	3	16
2	2	3	4	2	3	3	1	4	24
1	1	3	3	3	2	3	1	3	20
2	2	4	3	3	3	2	2	3	24
1	1	4	1	2	3	4	1	3	20
3	4	2	3	2	2	2	2	4	24
1	1	2	3	2	2	3	3	3	20
2	2	2	3	3	2	3	2	3	22
1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
1	1	1	2	1	1	1	1	1	10
1	1	1	3	3	1	1	1	2	14

1	3	2	1	2	2	2	2	3	18
1	2	1	3	2	2	3	1	2	17
1	2	3	3	3	3	3	2	3	23
1	2	2	3	3	2	2	2	3	20
3	2	4	4	4	4	4	1	4	30
3	3	3	3	4	4	4	3	4	31
2	2	2	3	3	3	3	3	3	24
2	2	3	3	3	4	4	2	3	26
2	1	3	2	3	2	3	3	4	23
2	2	2	3	3	2	4	1	3	22
4	4	3	4	4	3	4	3	2	31
1	3	1	3	3	3	4	4	3	25
2	3	4	4	4	4	4	4	4	33

Lampiran 3

Uji Validitas

1. Variabel Gaya Hidup (X₁)

Correlations

		X101	X102	X103	X104	X105	X106	TOTAL
X101	Pearson Correlation	1	-,175	,118	,220	,157	,155	,388**
	Sig. (2-tailed)		,182	,369	,092	,230	,237	,002
	N	60	60	60	60	60	60	60
X102	Pearson Correlation	-,175	1	,016	,168	,074	,143	,388**
	Sig. (2-tailed)	,182		,905	,200	,575	,275	,002
	N	60	60	60	60	60	60	60
X103	Pearson Correlation	,118	,016	1	,365**	,555**	,523**	,677**
	Sig. (2-tailed)	,369	,905		,004	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X104	Pearson Correlation	,220	,168	,365**	1	,621**	,355**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,092	,200	,004		,000	,005	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X105	Pearson Correlation	,157	,074	,555**	,621**	1	,531**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,230	,575	,000	,000		,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X106	Pearson Correlation	,155	,143	,523**	,355**	,531**	1	,724**
	Sig. (2-tailed)	,237	,275	,000	,005	,000		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60

TOTAL	Pearson Correlation	,388**	,388**	,677**	,736**	,775**	,724**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,002	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

2. Variabel Literasi Keuangan (X₂)

		Correlations										
		X111	X112	X113	X114	X115	X116	X117	X118	X119	X120	TOTAL
X111	Pearson Correlation	1	,237	,277*	,230	,202	,094	,020	,102	,029	-,022	,428**
	Sig. (2-tailed)		,069	,032	,077	,122	,476	,880	,438	,824	,870	,001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X112	Pearson Correlation	,237	1	,543**	,346**	,527**	,588**	,499**	,558**	,288*	,159	,728**
	Sig. (2-tailed)	,069		,000	,007	,000	,000	,000	,000	,026	,226	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X113	Pearson Correlation	,277*	,543**	1	,413**	,503**	,424**	,414**	,373**	,414**	,318*	,730**
	Sig. (2-tailed)	,032	,000		,001	,000	,001	,001	,003	,001	,013	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X114	Pearson Correlation	,230	,346**	,413**	1	,539**	,407**	,285*	,185	,317*	,311*	,635**
	Sig. (2-tailed)	,077	,007	,001		,000	,001	,027	,156	,013	,016	,000

N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X115 Pearson Correlation	,202	,527**	,503**	,539**	1	,544**	,529**	,343**	,425**	,304*	,758**
Sig. (2-tailed)	,122	,000	,000	,000		,000	,000	,007	,001	,018	,000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X116 Pearson Correlation	,094	,588**	,424**	,407**	,544**	1	,582**	,516**	,443**	,276*	,750**
Sig. (2-tailed)	,476	,000	,001	,001	,000		,000	,000	,000	,033	,000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X117 Pearson Correlation	,020	,499**	,414**	,285*	,529**	,582**	1	,544**	,449**	,211	,676**
Sig. (2-tailed)	,880	,000	,001	,027	,000	,000		,000	,000	,105	,000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X118 Pearson Correlation	,102	,558**	,373**	,185	,343**	,516**	,544**	1	,294*	,063	,598**
Sig. (2-tailed)	,438	,000	,003	,156	,007	,000	,000		,023	,633	,000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X119 Pearson Correlation	,029	,288*	,414**	,317*	,425**	,443**	,449**	,294*	1	,830**	,644**
Sig. (2-tailed)	,824	,026	,001	,013	,001	,000	,000	,023		,000	,000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X120 Pearson Correlation	-,022	,159	,318*	,311*	,304*	,276*	,211	,063	,830**	1	,482**
Sig. (2-tailed)	,870	,226	,013	,016	,018	,033	,105	,633	,000		,000

N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTA Pearson											
J Correlation	,428**	,728**	,730**	,635**	,758**	,750**	,676**	,598**	,644**	,482**	1
Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

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

3. Variabel Religiusitas (X₃)

Correlations											
	X122	X123	X124	X125	X126	X127	X128	X129	X130	X131	X132
X122 Pearson											
Correlation	1	,280*	,132	,197	,328*	,496**	,237	,148	,068	,151	,527**
Sig. (2-tailed)		,032	,319	,134	,011	,000	,070	,262	,610	,254	,000
N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X123 Pearson											
Correlation	,280*	1	-,054	,404**	,132	,185	,133	,075	,051	,034	,405**
Sig. (2-tailed)	,032		,685	,002	,319	,160	,315	,572	,702	,797	,001
N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X124 Pearson											
Correlation	,132	-,054	1	,390**	,359**	,077	,425**	,373**	,417**	,312*	,466**
Sig. (2-tailed)	,319	,685		,002	,005	,561	,001	,004	,001	,015	,000
N	59	59	60	60	60	59	59	59	59	60	60

X125	Pearson Correlation	,197	,404**	,390**	1	,447**	,353**	,408**	,442**	,467**	,417**	,611**
	Sig. (2-tailed)	,134	,002	,002		,000	,006	,001	,000	,000	,001	,000
	N	59	59	60	60	60	59	59	59	59	60	60
X126	Pearson Correlation	,328*	,132	,359**	,447**	1	,449**	,549**	,403**	,455**	,480**	,635**
	Sig. (2-tailed)	,011	,319	,005	,000		,000	,000	,002	,000	,000	,000
	N	59	59	60	60	60	59	59	59	59	60	60
X127	Pearson Correlation	,496**	,185	,077	,353**	,449**	1	,515**	,205	,261*	,269*	,622**
	Sig. (2-tailed)	,000	,160	,561	,006	,000		,000	,119	,046	,040	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X128	Pearson Correlation	,237	,133	,425**	,408**	,549**	,515**	1	,251	,448**	,481**	,701**
	Sig. (2-tailed)	,070	,315	,001	,001	,000	,000		,055	,000	,000	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X129	Pearson Correlation	,148	,075	,373**	,442**	,403**	,205	,251	1	,610**	,529**	,629**
	Sig. (2-tailed)	,262	,572	,004	,000	,002	,119	,055		,000	,000	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X130	Pearson Correlation	,068	,051	,417**	,467**	,455**	,261*	,448**	,610**	1	,586**	,671**
	Sig. (2-tailed)	,610	,702	,001	,000	,000	,046	,000	,000		,000	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59

X131 Pearson												
Correlation	,151	,034	,312*	,417**	,480**	,269*	,481**	,529**	,586**	1	,591**	
Sig. (2-tailed)	,254	,797	,015	,001	,000	,040	,000	,000	,000		,000	
N	59	59	60	60	60	59	59	59	59	60	60	
X132 Pearson												
Correlation	,527**	,405**	,466**	,611**	,635**	,622**	,701**	,629**	,671**	,591**	1	
Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
N	59	59	60	60	60	59	59	59	59	60	60	

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

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

4. Variabel Perilaku konsumtif (Y)

Correlations

	X133	X134	X135	X136	X137	X138	X139	X140	X141	X142	X143
X133 Pearson											
Correlation	1	,498**	,450**	,309*	,504**	,543**	,144	,187	,283*	,659**	. ^c
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,016	,000	,000	,273	,153	,028	,000	.
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	0
X134 Pearson											
Correlation	,498**	1	,304*	,411**	,472**	,511**	,250	,235	,146	,640**	. ^c
Sig. (2-tailed)	,000		,018	,001	,000	,000	,054	,070	,264	,000	.
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	0

X135	Pearson Correlation	,450**	,304*	1	,324*	,542**	,699**	,305*	,152	,421**	,709**	. ^c
	Sig. (2-tailed)	,000	,018		,011	,000	,000	,018	,248	,001	,000	.
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	0
X136	Pearson Correlation	,309*	,411**	,324*	1	,409**	,390**	,250	,355**	,300*	,618**	. ^c
	Sig. (2-tailed)	,016	,001	,011		,001	,002	,054	,005	,020	,000	.
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	0
X137	Pearson Correlation	,504**	,472**	,542**	,409**	1	,692**	,314*	,276*	,317*	,766**	. ^c
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001		,000	,015	,033	,014	,000	.
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	0
X138	Pearson Correlation	,543**	,511**	,699**	,390**	,692**	1	,523**	,256*	,348**	,839**	. ^c
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,000		,000	,048	,006	,000	.
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	0
X139	Pearson Correlation	,144	,250	,305*	,250	,314*	,523**	1	,324*	,254	,573**	. ^c
	Sig. (2-tailed)	,273	,054	,018	,054	,015	,000		,012	,050	,000	.
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	0
X140	Pearson Correlation	,187	,235	,152	,355**	,276*	,256*	,324*	1	,358**	,551**	. ^c
	Sig. (2-tailed)	,153	,070	,248	,005	,033	,048	,012		,005	,000	.
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	0

X141	Pearson Correlation	,283*	,146	,421**	,300*	,317*	,348**	,254	,358**	1	,564**	.c
	Sig. (2-tailed)	,028	,264	,001	,020	,014	,006	,050	,005		,000	.
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	0
X142	Pearson Correlation	,659**	,640**	,709**	,618**	,766**	,839**	,573**	,551**	,564**	1	.c
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	0
X143	Pearson Correlation	.c	.c	.c	.c	.c	.c	.c	.c	.c	.c	.c
	Sig. (2-tailed)
	N	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

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

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

c. Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

Lampiran 4
Uji Reliabilitas

1. Variabel Gaya Hidup (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,648	6

2. Variabel Literasi Keuangan (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,821	10

3. Variabel Religiusitas (X₃)

		N	%
Cases	Valid	59	98,3
	Excluded ^a	1	1,7
	Total	60	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
,810	10

4. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
,833	9

Lampiran 5
Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,46966048
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,044
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12,144	5,430		2,236	,029		
	GAYA HIDUP	1,003	,155	,661	6,493	,000	,847	1,180
	LITERASI K	-,122	,140	-,105	-,866	,390	,599	1,670
	RELIGIUSITAS	-,030	,137	-,027	-,219	,827	,560	1,785

- a. Dependent Variable: PERILAKU K

3. Uji Heteroskedastisitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41,171	3	13,724	3,320	,026 ^b
	Residual	231,477	56	4,134		
	Total	272,648	59			

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), religiulitas , gaya hidup, literasi k

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,025	3,165		-,956	,343
	gaya hidup	-,025	,094	-,035	-,265	,792
	literasi k	,171	,080	,345	2,150	,036
	religiulitas	,021	,076	,045	,277	,783

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 6

Uji Hipotesis (Uji Regresi Linear Berganda)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	religiulitas , gaya hidup, literasi k ^b		. Enter

a. Dependent Variable: perilaku k

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,723 ^a	,523	,497	3,561

a. Predictors: (Constant), religiulitas , gaya hidup, literasi k

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	778,459	3	259,486	20,459	,000 ^b
	Residual	710,274	56	12,683		
	Total	1488,733	59			

a. Dependent Variable: perilaku k

b. Predictors: (Constant), religiulitas , gaya hidup, literasi k

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,828	5,543		1,773	,082
	gaya hidup	1,102	,164	,671	6,725	,000
	literasi k	-,050	,139	-,043	-,356	,723
	religiulitas	-,094	,133	-,086	-,707	,482

a. Dependent Variable: perilaku k

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ahmad Abdul Rosyad
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 18 Januari 1996
Alamat : Manggisan lama, 04/08, Mudal, Mojotengah,
Wonosobo
Hobi : Renang
Orang Tua :
• Ayah : Ridlwan
• Ibu : Amanah
Anak ke- : 2 dari 4 bersaudara
Saudara :
1. Nur Hidayah
2. Ahmad Abdul Rosyad
3. Rif'atul M
4. Muh. Syahrul H
Riwayat pendidikan :
MI Negeri Dukuhseti, Pati (2002-2008)
MTs PI Al-Huda Tyu, Pati (2008-2011)
SMK Manahijul Huda Dukuhseti, Pati (2011-2014)
UIN Walisongo Semarang (2015-2021)

Semarang, 02 Februari
2021

Ahmad Abdul Rosyad
NIM: 1505026122