

**STUDI KORELASIONAL QONA'AH DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA KARYAWAN DI CV GAIA SHOP SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora
Tasawuf dan Psikoterapi
Oleh:
TRIANA VERAWATI
NIM 2104046104

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2025**

DEKLARASI KEASLIAN

DEKLARASI KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Triana Verawati

NIM : 2104046104

Jurusan : Tasawuf dan Psikoterapi

Fakultas : Ushuluddin dan Humaniora

Judul Skripsi : **"STUDI KORELASIONAL HUBUNGAN QONAAH DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA KARYAWAN DI CV GAIA SHOP"**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah ditulis oleh pihak lain. Seluruh isi tulisan merupakan hasil pemikiran saya sendiri, kecuali bagian yang memuat data atau informasi yang digunakan sebagai referensi.

Semarang, 2 Juni 2025

Deklarator



Triana Verawati

NIM : 2104046104

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp :-

Hal : Persetujuan Pembimbing

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berkaitan dengan proses pembimbing dan perbaikan, bersama ini kami kirimkan naskah skripsi:

Nama : Triana Verawati
NIM : 2104046104
Jurusan : Tasawuf dan Psikoterapi
Judul : "STUDI KORELASIONAL HUBUNGAN QONAAH DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA KARYAWAN DI CV GAIA SHOP"

Nilai Pembimbing : 92

Dengan ini kami mohon dengan hormat supaya skripsi mahasiswi tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian persetujuan skripsi ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 2 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Hikmatun Balighoh N. F., S.Psi., M.Psi.

NIP. 198804142019032011

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA

Jalan Prof. Hamka Km.2 Semarang 50185
Telepon 024-7601295, Website: www.fuhum.walisongo.ac.id, Email: fuhum@walisongo.ac.id

Skripsi Saudari Triana Verawati

NIM 2104046104 telah dimunaqasahkan oleh Dewan Pengaji Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, pada tanggal 17 Juni 2025.

Dan diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora.

Ketua Sidang



Konfer M.Si
NIP. 198703082019031002

Pengaji I

Prof. Dr. H. Hasyim Muhammad, M.Ag.

NIP. 197203151997031002

Sekretaris Sidang



Royanulloh, M.Psi.T.

NIP. 198812192018011001

Pengaji II



Ernawati, S.Si., M.Stat

NIP. 199310062019032025

Pembimbing



Hikmatun Balighoh N. F., S.psi., M.Psi.

NIP. 198804142019032011

HALAMAN MOTTO

Dalam syukur, aku belajar cukup. Dalam proses, aku belajar kuat. Sebab Allah menjanjikan, bersama kesulitan ada kemudahan.

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya sesudah ada kesulitan itu ada kemudahan (QS. Al-Insyirah: 6)”

TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan dengan pengubahan huruf dari abjad satu ke abjad lain. Transliterasi Arab-Latin adalah pengubahan huruf Arab dengan huruf Latin beserta perangkatnya. Pada penulisan ini, pedoman Transliterasi Arab-Latin, berpedoman pada keputusan Menteri Agama dan Menteri Departemen Pendidikan Indonesia Nomor : 15 Tahun 1987, dan 0543b/U/1987. Berikut penjelasannya secara berurutan :

1. Konsonan:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ş	Es (dengan titik di atas,
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḩ	Ha (dengan titik di bawah,
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ż	Zet (dengan titik di atas,
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik di bawah,
ض	Dad	Đ	De (dengan titik di bawah,
ط	Ta	Ҭ	Te (dengan titik di bawah,
ظ	Za	ڙ	Zet (dengan titik di bawah,
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Konsonan Rangkap Sebab Syaddah Ditulis Rangkap

مُعَدَّدٌ	Ditulis Ditulis	<i>Muta 'addida</i> <i>h 'iddah</i>
عَدَّة		

3. *Tā'marbūtah*

Semua *Tā'marbūtah* ditransliterasikan menjadi h, baik ketika berada di tengah penggabungan kata (misalnya dalam kata yang diikuti oleh kata sandang "al") maupun pada akhir kata tunggal. Namun, ketentuan ini tidak diterapkan pada kata-kata Arab yang sudah menjadi bagian dari kosakata bahasa Indonesia, seperti shalat dan zakat, kecuali jika diperlukan penulisan sesuai bentuk aslinya.

حِكْمَةٌ عَلَيْهِ	Ditulis Ditulis Ditulis	<i>hikmah ill</i> <i>ah karāmah</i> <i>al-auliyā'</i>
أَلِيلٌ		

4. Vokal

a. Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama

-'	Fathah	A	A
-,	Kasrah	I	I
-°	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
' -ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
' -و	Fathah dan wau	Au	a dan u

c. Vokal Panjang

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
'	Fathah dan alif	Ā	a dangaris di atas
ـي	Fathah dan ya	Ā	a dangaris di atas
ـي	Kasrah dan ya	Ī	i dangaris di atas
ـو	Dhammah dan wau	Ū	u dangaris di atas

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid memakai huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

زنی: zayyana

6. Kata Sandang

a. Kata sandang diikuti huruf *syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

الشمس : Asy-Syams

b. Kata sandang diikuti huruf *qamariyah* ditransliterasikan sesuai

bunyinya huruf, yaitu huruf ditulis dengan huruf (Al), kemudian diikuti kata sandang tersebut.

Contoh:

القمر: Al-Qamar

7. Hamzah

Dalam transliterasi, huruf hamzah ditulis sebagai apostrof ('') jika posisinya berada di tengah atau akhir kata. Namun, jika hamzah terletak di awal kata, penulisannya menyesuaikan bunyi vokal yang mengikutinya. Contohnya adalah sebagai berikut:

1. Jika terletak di awal kata, misalnya إِنْ ditulis *innā*.
2. Jika terletak di akhir kata, maka ditulis dengan lambang apostrof (''). Misalnya شَيْءٌ ditulis *syai'un*.
3. Jika terletak di tengah kata setelah vokal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya. Misalnya رَبَّابَّ ib. rabā'ib.

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain. Karena adanya huruf ataupun harakat yang hilang, maka pada transliterasi penulisan kata ini dirangkai pula dengan kata yang mengikutinya.

Contoh:

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ : *Fa aufu al-kaila wa al-mizāna*

9. Huruf Kapital

Jika sebuah nama diawali oleh kata sandang, huruf kapital hanya diterapkan pada huruf awal dari nama diri tersebut, bukan pada huruf awal kata sandang yang mendahuluinya. Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ: *wa mā Muhammudun illā rasūl*.

10. Tajwid

Bagi orang yang menghendaki kefasihan dalam membaca,

pedoman transliterasi ini ialah bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Maka pedoman transliterasi Arab Latin (Versi Internasional) ini perlu adanya pedoman tajwid.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, bahwa atas rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya maka penelliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada beliau baginda Nabi Muhammad SAW beserta para pengikutnya, yang dengan keteladanan dan keberanian beliau telah membawa agama islam dan mampu merubah dunia dengan kasih sayang dan kedamaian.

Skripsi berjudul, “Studi Korelasional Hubungan Qonaah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Karyawan Di CV Gaia Shop Semarang, disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata (S.1) fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan serta saran-saran dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu peneliti menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H. Mokh. Sya'roni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang yang telah menyetujui penyusunan skripsi.
3. Ibu Sri Rejeki, S.Sos.I., M.Si selaku Ketua Jurusan Tasawuf dan Psikoterapi UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Royanulloh, M.Psi. T. selaku Sekretaris Jurusan Tasawuf dan Psikoterapi UIN Walisongo Semarang.
5. Ibu Hikmatun Balighoh Nur Fitriyati, S.Psi., M.Psi. selaku Dosen Pembimbing yang bersedia menyempatkan waktu, tenaga, serta pikiran guna memberi bimbingan, arahan, serta motivasi terus menerus pada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
6. Ibu Ernawati, S.Si., M.Stat. selaku Wali Dosen yang telah memberi pendampingan, arahan, motivasi, serta nasihat pada penulis mulai awal masa kuliah hingga akhir masa kuliah.

7. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo, atas segala kesabaran dan keikhlasannya dalam membimbing penulis dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, dan seluruh karyawan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang.
8. Kepada kedua orang tua saya bapak Mutadi dan ibu Zumrodah yang selalu memberikan motivasi serta dukungan yang tiada henti, sumber inspirasi dan semangat saya, semua ini berkat doa beliau yang selalu menyertai saya sehingga saya bisa sampai di titik ini.
9. Kepada Nenek saya ibu Warsih yang selalu memberikan nasihat dan serta memberikan dukungan penuh yang tiada henti, dan semangat saya untuk mencapai cita-cita saya, semua ini berkat doa beliau yang selalu menyertai saya sehingga saya bisa sampai di titik ini.
10. Kepada saudaraku mba Linda Ayu Sholekhah, mas Muhammad Sholehudin, dan mas Muhammad Nor Riski, yang selalu mendoakan, menyemangati serta memberi dukungan kepada saya.
11. Untuk mas Yudha Darma Putra TRG yang selalu mendoakan, memberi dukungan, semangat serta memberi masukan kepada saya. Yang selalu meluangkan waktu untuk menemaninya penyusunan skripsi ini. Tempat berkeluh kesah dikala saya sedang patah semangat.
12. Untuk ibu Siti Koeswiratma, ibu Wafika Iskandar, dan ibu Riris Dian Pitaloka yang selalu memberikan nasihat, motivasi, dan memberikan dukungan serta menjadi tempat keluh kesah dikala saya sedang patah semangat.
13. Untuk teman saya dan sahabat saya Mega Mutiara, M. Raif Al Abrar, Bulan Ayu Nabila, Isna Fia Anggraeni, Nella Uswatun Khasanah, Nabila Haifa Afra, Firda Rahma Diva, Aysah Putri Arifia Wijaya, Afrina Magfiroh, dan Widia Febriyani yang selalu memberikan semangat kepada saya.
14. Untuk semua karyawan toko di CV Gaia Shop Semarang atas bantuannya dan kebersamaannya.

15. Semua teman-teman seperjuangan di jurusan Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021.
16. Untuk teman-teman KKN MIT ke-18 posko 14 terimakasih sudah mensuport dan memberikan makna kekeluargaan yang luar biasa.
17. kepada semua pihak yang membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung, baik berupa dukungan moral ataupun material dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
18. Terakhir, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri karena telah berhasil melalui proses panjang perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini. Terimakasih sudah sabar, tetap bertahan, dan selalu sehat dalam setiap proses skripsi ini dan proses pendewasaan diri ini.

Kepada mereka semua, penulis hanya dapat mengungkapkan ucapan terima kasih serta do'a terbaik untuk mereka. Penulis menyadari bahwa skripsi ini keunikan tersendiri, namun harapan penulis agar penelitian yang dilakukan bermanfaat untuk ilmu pengetahuan, pembaca, serta masyarakat luas.

Semarang, 2 Juni 2025

Penulis



Triana Verawati

NIM : 2104046104

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DEKLARASI KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
TRANSLITERASI.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
ABSTRAK.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Sistematika Penulisan Skripsi	22
BAB II LANDASAN TEORI.....	24
A. Qona'ah.....	24
1. Pengertian Qona'ah.....	24
2. Aspek-Aspek Qana'ah.....	25
3. Ciri-Ciri Qana'ah.....	26
4. Faktor-Faktor Mempengaruhi Qana'ah	27
B. Perilaku Konsumtif	27
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	27
2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	29
3. Indikator Perilaku Konsumtif	30
4. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	30
C. Hubungan Qana'ah dengan Perilaku Konsumtif pada Karyawan	32
D. Hipotesis.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
A. Jenis Penelitian.....	36

B.	Variabel Penelitian.....	36
1.	Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)	36
2.	Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y).....	37
C.	Definisi Operasional Variabel.....	37
1.	Qona'ah	37
2.	Perilaku Konsumtif	38
D.	Populasi dan Sampel.....	38
1.	Populasi	38
2.	Sampel.....	39
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
F.	Teknik Analisis Data.....	43
1.	Data Instrumen	43
2.	Uji Normalitas	46
3.	Uji Korelasi.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A.	Kancah Penelitian.....	49
1.	Sejarah CV Gaia Shop.....	49
2.	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	50
B.	Hasil Penelitian.....	50
1.	Deskripsi Penelitian	50
2.	Analisis Data Deskripsi Penelitian Variabel Qona'ah.....	51
3.	Analisis Data Deskripsi Penelitian Variabel Perilaku Konsumtif	53
4.	Hasil Uji Normalitas.....	54
5.	Hasil Uji Korelasi	55
C.	Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V PENUTUP	61
A.	Kesimpulan.....	61
B.	Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	67
RIWAYAT HIDUP	98

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara qona'ah dengan perilaku konsumtif pada karyawan di CV Gaia Shop Semarang. Qona'ah merupakan sikap merasa cukup dan puas terhadap rezeki yang telah diberikan oleh Allah SWT, sedangkan perilaku konsumtif adalah tindakan membeli atau mengonsumsi barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan fungsi dan kebutuhan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 45 orang karyawan yang dipilih menggunakan *Simple Random Sampling* terhadap karyawan CV Gaia Shop Semarang. Instrumen yang digunakan adalah skala qona'ah dan skala perilaku konsumtif yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang relevan. Hasil analisis data menggunakan uji korelasi Pearson menunjukkan nilai korelasi sebesar -0,822 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan negatif yang sangat kuat dan signifikan antara qona'ah dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi tingkat qona'ah, maka semakin rendah perilaku konsumtif pada karyawan, dan sebaliknya. Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap qona'ah dapat menjadi salah satu faktor penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif, khususnya di lingkungan kerja yang dekat dengan dunia fashion dan tren gaya hidup yang setiap harinya terpapar dengan produk konsumsi seperti toko pakaian.

Kata Kunci : Qona'ah, Perilaku Konsumtif, Karyawan.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka	13
Tabel 2. Skor Skala Likert.....	40
Tabel 3. <i>Blue Print</i> Skala Qona'ah.....	41
Tabel 4. <i>Blue Print</i> Skala Perilaku Konsumtif	42
Tabel 5. Interval dari Kriteria Reliabilitas	44
Tabel 6. Reliability Statistics	45
Tabel 7. Reliability Statistics	45
Tabel 8. Uji Deskripsi Data Penelitian	49
Tabel 9. Klasifikasi Qona'ah.....	50
Tabel 10. Klasifikasi Perilaku Konsumtif	52
Tabel 11. Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 12. Hasil Uji Korelasi.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Skala Uji Coba Qonah'ah dan Perilaku Konsumtif

Lampiran B Tabulasi Data Uji Coba Skala Qona'ah dan Perilaku Konsumtif

Lampiran C Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Lampiran D Skala Penelitian Qona'ah dan Perilaku Konsumtif

Lampiran F Tabulasi Data Penelitian Skala Qona'ah dan Perilaku Konsumtif

Lampiran F Jumlah Skor Nilai Skala Qona'ah dan Perilaku Konsumtif

Lampiran G Hasil-hasil SPSS 27.0 *For Windows*

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zaman semakin modern dengan berbagai teknologi dan media sosial yang sangat mudah diakses membawa perubahan dalam hidup manusia baik itu gaya hidup yang dilakukan manusia sehari-hari termasuk dalam hal konsumsi barang. Apalagi dengan kemudahan dari pemanfaatan kemajuan teknologi yang sekarang serba mudah diakses seperti kemudahan berbelanja yang tidak perlu bertemu secara langsung ke tempat melainkan bisa dilakukan secara online.¹

Selain itu saat ini teknologi sangat canggih didukung dengan banyaknya aplikasi yang digunakan untuk berbagai kegiatan seperti belanja online, pemesanan tiket konser, pemesanan tiket nonton film dan lain sebagainya. Berawal dari kemudahan dalam mengakses beberapa aplikasi tersebut mendorong manusia dalam berperilaku konsumtif. Seiring perkembangnya zaman barang-barang yang dianggap kebutuhan sekunder sekarang menjadi kebutuhan primer.

Dulu masyarakat yang membeli dan menggunakan suatu barang sesuai dengan apa yang dibutuhkan saja, tetapi sekarang perilaku konsumen yang dilakukan hanya untuk memenuhi keinginan tanpa memikirkan fungsi utama dari barang tersebut.² Perilaku masyarakat yang membeli atau menggunakan suatu barang itu hanya untuk memenuhi kepuasan, mengikuti trend, mencoba produk baru, dan ingin memperoleh pengakuan dari lingkungan mereka.

Hal ini menyebabkan mereka akan terjebak dalam perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan sebuah perilaku yang mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa melihat fungsi atau nilai barang tersebut hanya untuk memenuhi kepuasan atas dirinya.³ Bentuk dari perilaku konsumtif salah satunya adalah berbelanja. Belanja sering kali mencerminkan gaya hidup individu dan berfungsi sebagai bentuk rekreasi bagi kelompok sosial tertentu. Banyak orang mudah

¹ Azza hidatul 'Ulya, Octavia Nindya Putri, and Widia Aulia Naylawati, "Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Mahasiswa," *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, 1300–1308.

² Dela Septiansari and Trisni Handayani, "Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19," *Teknologi* 5, no. 1 (2021): 53–65, <http://journal.lembagakita.org>.

³ Perilaku Konsumtif and Pada Remaja, "Hubungan Qona'ah Dan Syukur Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja," 2022.

dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat dan tren yang sedang populer, sehingga mendorong mereka untuk bersikap lebih konsumtif. Dengan adanya perkembangan teknologi memudahkan masyarakat untuk berbelanja salah satunya berbelanja secara online. Belanja online kini menjadi fenomena yang sangat populer dan sering diperbincangkan, termasuk di kalangan karyawan. Sebagian besar karyawan, bahkan hampir semuanya, terlibat dalam aktivitas belanja online. Hal ini dipengaruhi oleh rasa ingin tahu mereka terhadap hal-hal baru, sehingga mendorong mereka untuk mencoba pengalaman berbelanja secara daring. Sejak belanja online mulai menjadi tren di masyarakat, informasi mengenai produk semakin mudah diakses. Ungkapan seperti "lihat, suka, beli" menjadi cerminan perilaku konsumtif yang sering kali membeli tanpa pertimbangan kebutuhan dan fungsi dari barang itu sendiri.⁴

Perilaku konsumtif sering kali tercermin dalam dua bentuk utama, yaitu berbelanja untuk kebutuhan penampilan dan gengsi. Dalam hal penampilan, individu cenderung membeli pakaian, perhiasan, gadget, atau barang elektronik lain yang mengikuti tren terkini. Kebiasaan ini umumnya dipengaruhi oleh iklan di media sosial dan dilakukan bukan karena kebutuhan mendesak, tetapi untuk memenuhi kepuasan pribadi dan menciptakan kesan modern di masyarakat. Dorongan utama di balik perilaku ini adalah keinginan untuk menunjukkan hasil kerja keras mereka, serta didukung oleh pengaruh lingkungan, media sosial, dan kebutuhan meningkatkan status sosial. Perilaku ini tidak hanya menandakan perubahan ekonomi, tetapi juga gaya hidup yang semakin mengarah pada pola konsumsi berlebihan.⁵

Perilaku konsumtif dapat disebabkan oleh berbagai faktor yang terbagi menjadi internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, yaitu dorongan kuat dalam diri seseorang untuk membeli barang atau jasa yang menarik perhatian, sering kali tanpa pertimbangan rasional. Usia juga berpengaruh, di mana remaja atau usia muda cenderung lebih konsumtif karena ingin tampil menarik dan menjadi pusat perhatian di lingkungannya. Selain itu, jenis kelamin menjadi faktor penting,

⁴ Ulya, Putri, and Naylawati, "Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Maha siswa."

⁵ Yayang Syania Sabilla Taqwa and Imam Mukhlis, "Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 11, no. 07 (2022): 831, <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i07.p08>.

dengan perempuan lebih sering menunjukkan perilaku konsumtif, khususnya dalam hal fashion, demi menjaga penampilan. Gaya hidup yang materialistik, seperti kebiasaan menghabiskan uang untuk belanja, makan, atau liburan, juga mendorong perilaku konsumtif. Di sisi lain, faktor eksternal seperti kebudayaan berkontribusi melalui pengaruh tren global yang memotivasi individu untuk membeli produk populer. Lingkungan keluarga pun turut mempengaruhi, terutama jika anggota keluarga memiliki kebiasaan konsumtif atau mendukung gaya hidup mewah. Kedua faktor ini saling berinteraksi dan memperkuat kebiasaan konsumtif pada individu yang lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan.⁶

Perilaku konsumtif dapat membawa sejumlah dampak negatif, khususnya bagi karyawan biasa. Kebiasaan ini mendorong mereka untuk membeli barang atau jasa berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan, sehingga mengakibatkan pemborosan finansial dan kesulitan dalam mengelola keuangan. Hal ini menyebabkan pengeluaran yang tidak terkendali dan bisa menghambat mereka untuk menyisihkan uang untuk tabungan atau investasi. Ketergantungan pada belanja digital, yang dipermudah oleh promosi dan diskon di platform e-commerce, sering kali memperkuat perilaku konsumtif dan menciptakan kebiasaan impulsif yang tidak sehat.⁷ Selain itu, karyawan dengan literasi ekonomi yang rendah cenderung tidak memahami risiko ekonomi, seperti utang berlebih dan ketidakstabilan finansial, yang dapat menghambat mereka dalam memenuhi kebutuhan mendesak di masa depan. Lebih jauh, pengaruh media sosial dan tren gaya hidup juga mendorong karyawan untuk melakukan pembelian impulsif demi menyesuaikan diri dengan lingkungannya, sehingga memperkuat pola konsumsi yang tidak rasional. Untuk itu, peningkatan literasi ekonomi menjadi hal penting agar seseorang mampu mengelola keuangan dengan bijak dan membuat keputusan konsumsi yang lebih tepat.⁸

⁶ Dany Luqyana Idris, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Uin Mataram Pada Trend Fashion (Pakaian),” *Jurnal Impresi Indonesia* 1, no. 6 (2022): 638–47, <https://doi.org/10.36418/jii.v1i6.114>.

⁷ Nurjannah Nurjannah, Nurdiana Nurdiana, and Andi Tenri Ampa, “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Sebagai Dampak Perkembangan E-Commerce,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 11, no. 2 (2023): 186–92, <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n2.p186-192>.

⁸ Ismawan Mitron Bayu, dll, “Pengaruh Media Sosial dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada *Online Shop*” 5, no. 1 (2023): 32–41.

Dalam Islam, perilaku konsumtif dianggap sebagai tindakan yang tidak sesuai dengan ajaran agama karena mencerminkan sifat berlebihan (israf), mubazir, dan terkadang didorong oleh kesombongan atau keinginan untuk menunjukkan status sosial. Dalam Q.S. Al-Isra' ayat 27, Allah SWT berfirman bahwa orang-orang yang boros adalah saudara setan, menunjukkan bahwa perilaku tersebut sangat dibenci dalam Islam. Selain itu, Rasulullah SAW juga menganjurkan umatnya untuk makan, minum, berpakaian, dan bersedekah tanpa berlebihan atau sompong.⁹

Perilaku konsumtif yang dijelaskan di atas menunjukkan bagaimana manusia dapat terjebak dalam keinginan yang tidak terkendali, membeli barang bukan karena kebutuhan, melainkan dorongan impulsif, diskon dan pengaruh media sosial. Dalam Islam, perilaku seperti membeli barang yang tidak diperlukan dianggap bertentangan dengan prinsip konsumsi yang rasional dan bertanggung jawab. Islam menganjurkan umatnya untuk memprioritaskan kebutuhan di atas keinginan dan mempertimbangkan manfaat suatu barang sebelum membelinya. Selain itu, sikap ini bertentangan dengan nilai-nilai qonaah, yang menekankan pentingnya kepuasan hati terhadap apa yang dimiliki, tanpa membandingkan diri dengan orang lain atau terpengaruh oleh tren. Dalam Islam, qonaah menjadi salah satu cara untuk menghindari sifat israf (berlebihan) dan mubazir yang sangat dikecam. Dengan ajaran qonaah, yang menekankan pentingnya merasa cukup, bersyukur, dan tidak terjebak dalam keinginan dunia. Sikap qonaah mengajarkan umat Islam untuk fokus pada kebutuhan, menghindari pemborosan, serta mensyukuri apa yang telah Allah berikan.¹⁰

Qona'ah merupakan sikap merasa cukup dan puas terhadap apa yang telah Allah berikan. Orang yang memiliki sifat qonaah cenderung ridha atas ketentuan Allah SWT, menerima dirinya apa adanya, dan ikhlas menghadapi kenyataan hidup, baik dalam keadaan menyenangkan maupun tidak menyenangkan. Menurut Hamka (2015), qona'ah membuat seseorang tidak tergoda oleh kemewahan atau kekayaan orang lain, karena ia merasa cukup dengan apa yang dimilikinya. Sikap ini memberikan kenyamanan psikologis, membebaskan dari rasa cemas, dan menjaga

⁹ Evianah Evianah, Dwi Indah Mustikorini, and Kharis Marpurdianto, "Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 835, <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12766>.

¹⁰ Nurul Alaiyah, "Konsep Hidup Minimalis Dalam Perspektif Al-Qur'an," *UIN Ar-Raniry*, 2021, 2.

fokus pada hal-hal yang bermanfaat. Qona'ah juga tidak berarti pasif atau menyerah, melainkan mendorong individu untuk tetap berusaha secara maksimal sambil bersandar kepada ketentuan Allah. Dengan memupuk rasa syukur yang mendalam, qona'ah membantu individu menerima kenyataan hidup, baik dalam keadaan menyenangkan maupun tidak. Sikap qona'ah memiliki lima dimensi utama yaitu, menerima dengan rela apa yang ada, memohon tambahan yang pantas sambil tetap berusaha, menerima dengan sabar ketentuan Allah, bertawakal kepada-Nya, dan tidak tergoda oleh tipu daya dunia. Dengan mengamalkan qonaah, seseorang dapat menjalani hidup dengan lebih tenang, berkualitas, dan penuh kedamaian.¹¹

Menurut Duhani¹² Qona'ah merupakan mekanisme penting dalam mengontrol perilaku konsumtif, khususnya di kalangan remaja. Qona'ah mengajarkan individu untuk merasa cukup dengan apa yang dimiliki, sehingga mereka tidak terjebak dalam keinginan berlebihan yang sering kali memicu perilaku konsumtif. Dengan sikap ini, seseorang mampu membatasi dorongan untuk membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan, hanya demi memenuhi keinginan atau mengikuti tren. Qona'ah juga membantu mengurangi sifat boros dengan mendorong individu untuk menggunakan uang secara bijaksana dan memenuhi kebutuhan esensial, tanpa tergoda oleh kemewahan dunia yang tidak mendesak. Selain itu, sikap qona'ah meningkatkan kesabaran dan ketahanan diri, sehingga seseorang dapat menerima ketentuan Allah SWT dengan lapang dada, meskipun dihadapkan pada situasi yang kurang ideal. Hal ini menguatkan kontrol diri terhadap godaan eksternal seperti gaya hidup konsumtif, iklan, atau pengaruh sosial, sehingga individu lebih fokus pada kebutuhan nyata. Dengan qona'ah, seseorang juga memperoleh kedamaian psikologis karena tidak mudah resah atau kecewa ketika keinginannya tidak tercapai. Sikap ini pada akhirnya mendorong pola hidup yang lebih sederhana dan terhindar dari perilaku konsumtif, sesuai dengan nilai-nilai syariat Islam.¹³

Perilaku konsumtif bisa terjadi pada semua kalangan termasuk karyawan di sebuah toko pakaian. Karyawan yang bekerja di toko pakaian secara langsung

¹¹ Dwi Duriawati, "Hubungan Antara Qona'ah Dengan Kepuasan Hidup Pada Mahasiswa Yang Kuliah Sambil Bekerja Di Universitas Muhammadiyah Pekanbaru," 2019.

¹² Duhani Miranti, "Hubungan Qona'ah Dan Syukur Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja," *Skripsi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*, 2022

¹³ *Ibid.*

mereka terpapar berbagai produk fashion terkini dan tren gaya hidup, yang berpotensi mempengaruhi gaya belanja serta perilaku konsumtif mereka. Perilaku konsumtif yang terjadi pada karyawan di sebuah toko pakaian dipengaruhi oleh berbagai aspek, baik internal maupun eksternal. Secara internal, dorongan psikologis seperti keinginan untuk mengikuti tren atau meningkatkan citra diri sering menjadi pemicu utama. Bekerja di lingkungan yang terus-menerus memamerkan produk fashion terkini membuat karyawan merasa perlu menyesuaikan penampilan mereka dengan barang yang dijual. Secara eksternal, promosi seperti diskon khusus karyawan dan lingkungan kerja yang menekankan pada tampilan modis semakin mendorong perilaku konsumtif. Selain itu, tekanan sosial dari rekan kerja yang juga mengikuti tren fashion dapat memengaruhi individu untuk membeli barang demi diterima dalam lingkungan sosial mereka. Faktor lainnya adalah gaya hidup konsumtif yang berkembang di masyarakat modern, di mana kepemilikan barang dianggap sebagai simbol status, sehingga memengaruhi pola konsumsi karyawan. Semua faktor ini membuat karyawan di toko pakaian lebih rentan terhadap perilaku konsumtif yang tidak selalu rasional, yang sering kali melampaui kebutuhan esensial mereka.

Di sisi lain qona'ah dalam Islam berarti sikap merasa cukup dengan apa yang dimiliki dan bersyukur atas rezeki yang diberikan Allah SWT, dapat menjadi solusi untuk mengatasi perilaku konsumtif. Sikap qona'ah membantu individu mengelola kebutuhan dan keinginan secara bijaksana, sehingga tidak terjebak dalam pola konsumsi berlebihan. Karyawan dengan sifat qonaah diharapkan mampu membatasi perilaku konsumtif mereka meskipun berada di lingkungan yang sangat terpapar pada barang konsumsi, seperti toko pakaian.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Ilham Akbar¹⁴ berjudul “Hubungan Antara Qonaah Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniary Banda Aceh” menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel qonaah dan perilaku konsumtif dengan hasil uji $F = 1,153$ dan $p = 0,228$. Penelitian tersebut berfokus pada mahasiswa sebagai subjek penelitian, di mana konteks gaya hidup mahasiswa cenderung dipengaruhi oleh lingkungan

¹⁴ Akbar Muhammad Ilham, “Hubungan Antara Qona'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniary Banda Aceh,” Skripsi, 2022.

akademik, tren sosial, dan kebutuhan pribadi yang khas pada kelompok usia tersebut. Sementara itu, penelitian saya memiliki subjek yang berbeda, yaitu karyawan di CV Gaia Shop, yang merupakan toko pakaian.

Karyawan di CV Gaia Shop Semarang menunjukkan perilaku konsumtif yang cukup tinggi, yang terlihat dari kebiasaan mereka sering membeli pakaian atau celana model terbaru yang tersedia di toko meskipun sebenarnya barang tersebut tidak mereka butuhkan. Selain itu, fasilitas potongan harga sebesar Rp10.000 per item yang diberikan kepada karyawan justru menjadi faktor pendorong munculnya perilaku konsumtif, karena mereka merasa memiliki kesempatan untuk membeli lebih banyak barang dengan harga yang lebih murah. Mega Agustina selaku kepala toko juga membenarkan bahwa karyawan di CV Gaia Shop tersebut cenderung mengikuti perilaku konsumtif satu sama lain, di mana ketika ada salah satu karyawan yang membeli barang, baik secara langsung di toko maupun melalui belanja online, karyawan lainnya akan ter dorong untuk ikut membeli barang tersebut meskipun tidak diperlukan.¹⁵ Kondisi ini menunjukkan adanya budaya konsumtif yang berkembang di lingkungan kerja CV Gaia Shop, yang dapat memengaruhi pola perilaku konsumtif mereka dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan qonaah dengan perilaku konsumtif pada karyawan yang bekerja di lingkungan yang lebih rentan terhadap pengaruh budaya konsumtif, pada kelompok pekerja di sektor retail fashion. Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Studi Korelasional Qonaah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Karyawan di CV Gaia Shop Semarang”**.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana hubungan antara qona'ah dengan perilaku konsumtif pada karyawan di CV Gaia Shop?

C. Tujuan

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara qona'ah dengan perilaku konsumtif pada karyawan di CV Gaia Shop.

D. Manfaat Penelitian

¹⁵ Wawancara dengan Mega Agustina. Kepala Toko Di CV Gaia Shop Semarang, pada tanggal 30 Juni 2025

Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan teoretik mengenai hubungan antara sifat Qona'ah dan perilaku konsumtif, pada keilmuan program studi Tasawuf dan Psikoterapi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Program Studi Tasawuf dan Psikoterapi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian dan khasanah keilmuan serta dapat menyumbangkan wawasan dan gagasan baru dalam bidang Tasawuf dan Psikoterapi mengenai sikap qona'ah terhadap perilaku konsumtif.

b. Bagi Mahasiswa Tasawuf dan Psikoterapi

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada mahasiswa khususnya mahasiswa pada program studi Tasawuf dan Psikoterapi untuk lebih memahami dan menerapkan pentingnya sikap Qona'ah dalam mengontrol dan menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan supaya tidak mudah terjebak dalam kebiasaan konsumtif.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang qona'ah dengan perilaku konsumtif pada karyawan yang bekerja di tempat lainnya. Serta diharapkan dapat melengkapi kekurangan dalam penelitian ini dan juga mempertimbangkan kelebihan-kelebihan yang terdapat dalam penelitian ini.

E. Tinjauan Pustaka

Memahami konsep tentang qona'ah dengan perilaku konsumtif menjadi topik yang penting untuk diteliti. Dalam kajian mengenai konsep tersebut terdapat beberapa skripsi yang membahas hal itu dengan menggunakan subjek yang berbeda, di antaranya:

1. Penelitian yang mengacu pada subjek yang berbeda dilakukan Reiza Julitasari (2017) dengan judul "Hubungan antara Qona'ah dengan Perilaku

Konsumtif pada Siswa SMA Plus Negeri 2 Banyuasin III".¹⁶ Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melibatkan 115 siswa SMA Plus Negeri 2 Banyuasin III. Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan adanya hubungan negatif yang signifikan antara qona'ah dan perilaku konsumtif, yang berarti bahwa semakin tinggi sifat qona'ah pada siswa maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mereka.

2. Penelitian yang dilakukan Muhammad Ilham Akbar (2022) yang berjudul "Hubungan antara Qonaah dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh" Hasil penelitian menunjukkan uji *linieritas* antara kedua variabel yaitu $F = 1,153$ dengan $p = 0,228$ dengan nilai P lebih besar dari 0,00 hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel perilaku konsumtif dengan qona'ah.¹⁷ Penelitian ini memiliki kesamaan pada kedua variabel yang digunakan yaitu variabel qona'ah dan perilaku konsumtif, tetapi subjek dan lokasi penelitian yang digunakan berbeda dengan penelitian penulis.

3. Penelitian selanjutnya yang dilakukan Agus Kurniawan (2020) yang berjudul "Pengaruh antara Qona'ah terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Islam Riau" Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier dengan sampel yang diambil dari 344 mahasiswa Universitas Islam Riau. Teknik yang digunakan penelitian ini berbeda dengan teknik yang akan diteliti dengan penulis yaitu menggunakan teknik korelasi. Serta subjek dan lokasi yang digunakan penelitian ini berbeda dengan peneliti yang akan diteliti penulis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara qona'ah dan perilaku konsumtif sehingga dapat diartikan semakin tinggi sifat qona'ah yang dimiliki oleh mahasiswa, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif mereka.¹⁸

4. Selanjutnya penelitian ini yang dilakukan Miranti Duhani (2022), dengan judul "Hubungan Qona'ah dan Syukur dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja" menjelaskan terdapat hubungan antara qona'ah dan syukur terhadap perilaku

¹⁶ Reiza Julitasari, "Hubungan Antara Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMA Plus Negeri 2 Banyuasin III," Skripsi, 2017.

¹⁷ Akbar Muhammad Ilham, "Hubungan Antara Qona'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh," Skripsi, 2022.

¹⁸ Kurniawan Agus, "Pengaruh Antara Qanaah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau," Kaos GL Dergisi 8, no. 75 (2020): 147–54.

konsumtif pada remaja dengan nilai signifikansi 0,000 pada qona'ah dan 0,003 pada syukur, maka $p \leq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yakni terdapat hubungan negatif antara qona'ah dan syukur terhadap perilaku konsumtif pada remaja. Artinya, semakin tinggi tingkat qona'ah dan syukur pada remaja, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah qona'ah dan syukur yang dimiliki remaja, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif.¹⁹

5. Penelitian yang dilakukan Wahyu Tri Utami, dll (2023), yang berjudul “Pengaruh *Financial Literacy, Lifestyle*, dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Gopay di Surakarta” menunjukkan bahwa ketiga variabel, yaitu literasi keuangan (*financial literacy*), gaya hidup (*lifestyle*), dan pengendalian diri (*self-control*), memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan memiliki nilai uji t sebesar 2,333 dengan nilai signifikan 0,021 ($\leq 0,05$), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup memiliki pengaruh yang lebih kuat, dengan nilai uji t sebesar 2,806 dan nilai signifikan 0,006 ($\leq 0,05$), yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang, terutama yang berorientasi pada tren atau kemewahan, semakin tinggi pula kecenderungan untuk bersikap konsumtif. Selain itu, pengendalian diri juga terbukti signifikan dengan nilai uji t sebesar 4,631 dan nilai signifikan 0,000 ($\leq 0,05$), namun pengaruh eksternal seperti tekanan sosial atau status dapat melemahkan efektivitas pengendalian diri dalam menekan perilaku konsumtif. Secara keseluruhan, ketiga variabel ini, baik secara individu maupun kolektif, berkontribusi signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan gaya hidup dan kendali diri memberikan pengaruh yang lebih kuat dibandingkan literasi keuangan.²⁰

6. Penelitian yang dilakukan oleh Ririn Anggreini, dll (2014), yang berjudul “Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul” menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Esa Unggul. Analisis

¹⁹ Miranti, “Hubungan Qona’ah Dan Syukur Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja.”

²⁰ Wahyu Tri Utami, dll. “Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Gopay Di Surakarta,” *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* 2 (2023): 350–59,
<https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.140>.

menggunakan metode korelasional menemukan nilai koefisien korelasi sebesar -0,304 dengan nilai signifikan 0,002 ($p < 0,05$). Hal ini berarti semakin kuat kontrol diri mahasiswi, semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya, semakin lemah kontrol diri, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif.²¹

7. Penelitian yang dilakukan Dwi Duriawati, (2019), yang berjudul “Hubungan Antara Qona’ah dengan Kepuasan Hidup pada Mahasiswa yang Kuliah Sambil Bekerja di Universitas Muhammadiyah Pekanbaru” menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara qona’ah dan kepuasan hidup pada mahasiswa yang kuliah sambil bekerja. Berdasarkan analisis korelasi Spearman's Rho, diperoleh nilai koefisien $r = 0,329$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$), yang berarti semakin tinggi sifat qona’ah, semakin tinggi pula tingkat kepuasan hidup seseorang. Qona’ah, yang diukur melalui dimensi seperti menerima dengan rela apa yang ada, memohon tambahan yang pantas sambil tetap berusaha, bersabar dengan ketentuan Allah, bertawakal, dan tidak tertarik pada tipu daya dunia, membantu individu untuk lebih bersyukur, optimis, dan mampu menerima keadaan hidup dengan baik. Dalam penelitian ini, mayoritas mahasiswa berada pada kategori sedang baik dalam hal qona’ah (33,84%) maupun kepuasan hidup (36,15%). Sifat qona’ah memungkinkan mahasiswa mengelola tekanan hidup lebih baik, khususnya dalam menjalani peran ganda sebagai pelajar dan pekerja.²²

8. Penelitian yang dilakukan Laura Putri Anggraini, dll (2023), yang berjudul “Hubungan *Self Control* dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Rantau” menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara *self control* dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa rantau. Uji korelasi Spearman menghasilkan nilai koefisien korelasi $r = -0,521$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang berarti semakin tinggi tingkat self-control, semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa, begitu pula sebaliknya. Mayoritas mahasiswa rantau dalam penelitian ini memiliki *self control* tinggi (79,6%) dan perilaku konsumtif yang rendah (83,8%). Temuan lainnya dari

²¹ Ririn Anggreini, dll “Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif,” *Jurnal Psikologi* 12, no. 1 (2014): 34–42.

²² Duriawati, “Hubungan Antara Qona’ah Dengan Kepuasan Hidup Pada Mahasiswa Yang Kuliah Sambil Bekerja Di Universitas Muhammadiyah Pekanbaru.”

penelitian ini bahwa mahasiswa dengan *self control* yang baik lebih mampu mengendalikan impuls saat berbelanja, mempertimbangkan kebutuhan daripada keinginan, dan tidak mudah tergoda oleh diskon atau tren saat ini.²³

9. Penelitian yang dilakukan Emi Wahyuni Nasution, (2020), berjudul “Hubungan Antara Qona’ah dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Kota Pekanbaru” menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara qona’ah dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kota Pekanbaru. Berdasarkan analisis korelasi *Pearson Product Moment*, diperoleh nilai koefisien korelasi $r = -0,554$ dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Artinya, semakin tinggi tingkat qona’ah yang dimiliki oleh remaja, semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya, semakin rendah qonaah, semakin tinggi kecenderungan remaja untuk bersikap konsumtif. Penelitian ini juga menemukan bahwa qonaah memberikan kontribusi sebesar 30,7% terhadap perilaku konsumtif, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.²⁴

10. Penelitian yang dilakukan Wulan Muawaliyah, (2022), berjudul “Hubungan Antara Sikap Qona’ah dan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi UIN Raden Mas Said Surakarta”. Sampel penelitian terdiri dari mahasiswi UIN Raden Mas Said Surakarta yang berusia 18–22 tahun, dipilih melalui cluster random sampling. Berdasarkan analisis data, ditemukan bahwa sikap qana’ah dan gaya hidup hedonis memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan koefisien korelasi sebesar 0,508 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Secara parsial, sikap qana’ah berhubungan negatif dengan perilaku konsumtif (koefisien korelasi -6,415), menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap qana’ah, semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya, gaya hidup hedonis memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif (koefisien korelasi 13,570), mengindikasikan bahwa gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan material cenderung meningkatkan perilaku konsumtif. Temuan ini relevan dengan teori bahwa sikap qana’ah, yang mencerminkan rasa cukup dan syukur terhadap apa yang dimiliki, berfungsi sebagai kontrol terhadap perilaku boros. Sementara itu,

²³ Anggraini Laura Putri and Hudaniah Hudaniah, “Hubungan Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Rantau,” *Cognicia* 11, no. 2 (2023): 140–48, <https://doi.org/10.22219/cognicia.v11i2.28074>.

²⁴ Nasution Emi Wahyuni, “Hubungan Antara Qana’ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Kota Pekanbaru,” 2020, hal.16.

gaya hidup hedonis, yang mengutamakan kesenangan dan kemewahan, menjadi faktor pendorong perilaku konsumtif.²⁵

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Penulis (Judul)	Judul	Metode	Hasil
1.	Reiza Julitasari (2017)	Hubungan antara Qona'ah dengan Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA Plus Negeri 2 Banyuasin III.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang analisisnya menekankan pada data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika.	Hasil dari penelitian tersebut adalah berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan adanya hubungan negatif yang signifikan antara qona'ah dan perilaku konsumtif, yang berarti bahwa semakin tinggi sifat qana'ah pada siswa maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mereka.
2.	Muhammad Ilham Akbar (2022)	Hubungan antara Qonaah dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang analisisnya menekankan pada data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika.	Hasil penelitian tersebut adalah Hasil penelitian menunjukkan uji <i>linieritas</i> antara kedua variabel yaitu $F = 1,153$ dengan $p = 0,228$ dengan nilai P lebih besar dari 0,00 hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel perilaku konsumtif dengan qana'ah. Penelitian

²⁵ Wulan Muawaliyah, "Hubungan Antara Sikap Qana'ah Dan Gaya Hidup Hedonis Denga n Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta," 2022.

3.	Agus Kurniawan (2020)	Pengaruh antara Qona'ah terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Islam Riau	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara qona'ah dan perilaku konsumtif sehingga dapat diartikan semakin tinggi sifat qona'ah yang dimiliki oleh mahasiswa, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif mereka.
4.	Miranti Duhani (2022)	Hubungan Qona'ah dan Syukur dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang analisisnya menekankan pada data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika.	Hasil penelitian tersebut adalah terdapat hubungan antara qona'ah dan syukur terhadap perilaku konsumtif pada remaja dengan nilai signifikansi 0,000 pada qona'ah dan 0,003 pada syukur, maka $p \leq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yakni terdapat hubungan negatif antara qona'ah dan syukur terhadap perilaku konsumtif pada remaja. Artinya, semakin tinggi tingkat qona'ah dan syukur pada remaja, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah qona'ah dan syukur

				yang dimiliki remaja, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif.
5.	Wahyu Utami, (2023)	Tri dll	Pengaruh <i>Financial Literacy, Lifestyle, dan Self Control</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Gopay di Surakarta.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier Hasil penelitian tersebut adalah menunjukkan bahwa ketiga variabel, yaitu literasi keuangan (financial literacy), gaya hidup (lifestyle), dan pengendalian diri (self-control), memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan memiliki nilai uji t sebesar 2,333 dengan nilai signifikan 0,021 ($\leq 0,05$), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup memiliki pengaruh yang lebih kuat, dengan nilai uji t sebesar 2,806 dan nilai signifikan 0,006 ($\leq 0,05$), yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang, terutama yang berorientasi pada tren atau kemewahan,

				semakin tinggi pula kecenderungan untuk bersikap konsumtif. Selain itu, pengendalian diri juga terbukti signifikan dengan nilai uji t sebesar 4,631 dan nilai signifikan 0,000 ($\leq 0,05$), namun pengaruh eksternal seperti tekanan sosial atau status dapat melemahkan efektivitas pengendalian diri dalam menekan perilaku konsumtif.
6.	Ririn Anggreini, dll (2014)	Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode korelasional	Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Esa Unggul. Analisis menggunakan metode korelasional menemukan nilai koefisien korelasi sebesar -0,304 dengan nilai signifikan 0,002 ($p < 0,05$). Hal ini berarti semakin kuat kontrol diri mahasiswa, semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya, semakin lemah kontrol diri,

				semakin tinggi kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif.
7.	Dwi Duriawati, (2019)	Hubungan Antara Qona'ah dengan Kepuasan Hidup pada Mahasiswa yang Kuliah Sambil Bekerja di Universitas Muhammadiyah Pekanbaru.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis korelasi Spearman's Rho	<p>Hasil dari Penelitian tersebut adalah menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara qona'ah dan kepuasan hidup pada mahasiswa yang kuliah sambil bekerja.</p> <p>Berdasarkan analisis korelasi Spearman's Rho, diperoleh nilai koefisien $r = 0,329$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$), yang berarti semakin tinggi sifat qona'ah, semakin tinggi pula tingkat kepuasan hidup seseorang.</p> <p>Qona'ah, yang diukur melalui dimensi seperti menerima dengan rela apa yang ada, memohon tambahan yang pantas sambil tetap berusaha, bersabar dengan ketentuan Allah, bertawakal, dan tidak tertarik pada tipu daya dunia, membantu individu untuk lebih bersyukur, optimis, dan mampu</p>

				menerima keadaan hidup dengan baik. Dalam penelitian ini, mayoritas mahasiswa berada pada kategori sedang baik dalam hal qona'ah (33,84%) maupun kepuasan hidup (36,15%). Sifat qona'ah memungkinkan mahasiswa mengelola tekanan hidup lebih baik, khususnya dalam menjalani peran ganda sebagai pelajar dan pekerja.
8.	Laura Putri Anggraini dan Hudaniah (2023)	Hubungan <i>Self Control</i> dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Rantau.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis korelasi Spearman's Rho.	Hasil dari penelitian tersebut adalah menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara <i>self control</i> dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa rantau. Uji korelasi Spearman menghasilkan nilai koefisien korelasi $r = -0,521$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang berarti semakin tinggi tingkat self-control, semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa, begitu pula sebaliknya. Mayoritas mahasiswa rantau dalam penelitian ini

				memiliki <i>self control</i> tinggi (79,6%) dan perilaku konsumtif yang rendah (83,8%). Temuan lainnya dari penelitian ini bahwa mahasiswa dengan <i>self control</i> yang baik lebih mampu mengendalikan impuls saat berbelanja, mempertimbangkan kebutuhan daripada keinginan, dan tidak mudah tergoda oleh diskon atau tren saat ini.
9	Emi Wahyuni Nasution (2020),	Hubungan Antara Qona'ah dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Kota Pekanbaru.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis korelasi Pearson Product Moment	Hasil dari penelitian tersebut adalah menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara qona'ah dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kota Pekanbaru. Berdasarkan analisis korelasi Pearson Product Moment, diperoleh nilai koefisien korelasi $r = -0,554$ dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Artinya, semakin tinggi tingkat qona'ah yang dimiliki oleh remaja, semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya,

				semakin rendah qonaah, semakin tinggi kecenderungan remaja untuk bersikap konsumtif. Penelitian ini juga menemukan bahwa qonaah memberikan kontribusi sebesar 30,7% terhadap perilaku konsumtif, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain
10.	Wulan Muawaliyah, (2022)	Hubungan Antara Sikap Qona'ah dan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis korelasi.	Hasil dari penelitian tersebut adalah ditemukan bahwa sikap qana'ah dan gaya hidup hedonis memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan koefisien korelasi sebesar 0,508 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Secara parsial, sikap qana'ah berhubungan negatif dengan perilaku konsumtif (koefisien korelasi -6,415), menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap qana'ah, semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya, gaya hidup hedonis memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif (koefisien korelasi

				13,570), mengindikasikan bahwa gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan material cenderung meningkatkan perilaku konsumtif. Temuan ini relevan dengan teori bahwa sikap qana'ah, yang mencerminkan rasa cukup dan syukur terhadap apa yang dimiliki, berfungsi sebagai kontrol terhadap perilaku boros. Sementara itu, gaya hidup hedonis, yang mengutamakan kesenangan dan kemewahan, menjadi faktor pendorong perilaku konsumtif
--	--	--	--	--

Penelitian yang akan diteliti penulis memiliki perbedaan mendasar dengan penelitian sebelumnya, terutama dari segi subjek, lingkungan, dan konteks penelitian. Sebagian besar penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Muhammad Ilham Akbar (2022), menggunakan mahasiswa sebagai subjek, dengan fokus pada gaya hidup akademik dan tren sosial yang khas kelompok usia tersebut. Sebaliknya, penelitian ini berfokus pada karyawan toko pakaian di CV Gaia Shop, yang memiliki karakteristik unik karena secara langsung terpapar pada tren fashion, budaya konsumtif, dan insentif promosi internal yang cenderung lebih intensif dibandingkan mahasiswa. Lingkungan kerja karyawan di bidang fashion memberikan attensi tinggi terhadap barang konsumsi yang dapat memengaruhi pola konsumsi mereka secara signifikan. Selain itu, tekanan ekonomi yang dihadapi karyawan, seperti tanggung jawab keluarga dan kebutuhan harian, memberikan tantangan yang berbeda terhadap penerapan nilai-nilai qona'ah. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam literatur dengan mengeksplorasi

hubungan antara qona'ah dan perilaku konsumtif pada kelompok pekerja yang lebih rentan terhadap pengaruh budaya konsumtif, serta memperluas konsep qona'ah dalam konteks pekerjaan dan lingkungan fashion yang khas.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam sistematika penulisan ini agar lebih mudah untuk dipahami isi dari penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika dengan membagi ke dalam lima (V) bab, yaitu sebagai berikut:

- Bab I.** Dalam bab pendahuluan ini menjelaskan minat peneliti terhadap hubungan antara qana'ah dan perilaku konsumtif pada karyawan di CV Gaia Shop menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Pada bagian pendahuluan, dijelaskan latar belakang permasalahan yang dirumuskan melalui rumusan masalah. Selain itu, bab pendahuluan juga memaparkan tujuan dan manfaat penelitian, serta menguraikan signifikansi penelitian dengan membandingkannya terhadap penelitian terdahulu guna memperdalam pemahaman tentang topik yang akan dibahas. Selanjutnya, kajian pustaka disajikan dalam pendahuluan untuk mendukung landasan teoritis penelitian. Bab ini diakhiri dengan sistematika penulisan sebagai gambaran keseluruhan isi penelitian dan menjadi penutup untuk bagian pendahuluan.
- Bab II.** Dalam bab landasan teori ini berisi pembahasan utama yang terdiri dari empat sub bab mengenai perilaku konsumtif dan qonah'ah kemudian yang terdiri dari, pertama: teori perilaku konsumtif meliputi pengertian perilaku konsumtif, aspek-aspek perilaku konsumtif, indikator perilaku konsumtif, dan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Kedua: teori qona'ah yang meliputi pengertian qona'ah, aspek-aspek qona'ah, ciri-ciri qona'ah, dan faktor yang mempengaruhi qona'ah. Ketiga: hubungan qona'ah dengan perilaku konsumtif pada karyawan yang bekerja di CV Gaia Shop. Keempat: hipotesis.
- Bab III.** Bab ini berisi tentang membahas metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, variabel penelitian, definisi operasional,

populasi, sampel dan teknik sampling, metode pengambilan data, dan metode analisis data.

- Bab IV.** Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pembahasan yang diperoleh melalui proses yang terdapat dalam bab ii dan bab ketiga kemudian hasil akan dituangkan di dalam bab keempat ini meliputi: hasil penelitian dan pembahasan penelitian.
- Bab V.** Bab terakhir yaitu penutup yang meliputi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang dimaksudkan sebagai rekomendasi untuk kajian lebih lanjut.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Qona'ah

1. Pengertian Qona'ah

Qona'ah merupakan sikap menerima dengan ikhlas segala pemberian Allah SWT disertai keyakinan bahwa hanya Allah-lah yang memiliki kekuasaan mutlak atas hidup manusia. Sikap ini mengajarkan untuk tetap sabar ketika menghadapi keadaan yang tidak sesuai harapan, dan selalu bersyukur atas nikmat yang diterima, karena nikmat tersebut bisa saja dicabut sewaktu-waktu. Meskipun demikian, qona'ah tidak berarti pasrah tanpa usaha. Islam tetap menganjurkan umatnya untuk bekerja keras, berikhtiar, dan tidak berpangku tangan, karena selama seseorang masih hidup, ia memiliki tanggung jawab untuk menjalankan kewajibannya di dunia.²⁶

Menurut Hajjaj²⁷, qona'ah membebaskan seseorang dari kekhawatiran dan memberikan rasa nyaman dalam bersosialisasi. Shalahuddin²⁸ menambahkan bahwa qona'ah adalah menerima dengan ikhlas, memohon tambahan rezeki yang layak, serta sabar dan berserah diri kepada Allah. Hamka²⁹ menggambarkan qona'ah sebagai merasa cukup dengan apa yang sudah dimiliki.

Qona'ah adalah sikap positif yang menumbuhkan kepuasan terhadap apa yang telah diperoleh. Menurut Ali³⁰, qona'ah juga merupakan kepuasan terhadap harta yang dimiliki, sedangkan Noorhayati³¹ menyebut qona'ah sebagai merasa cukup dengan miliknya, hidup sederhana, dan bijak dalam menggunakan hartanya.

Orang yang qona'ah tetap menjalani kehidupan dengan sederhana, menjaga hati agar tetap tenang dan tidak dikuasai oleh keinginan dunia. Ia tidak menjadikan kekayaan atau harta benda sebagai tujuan utama dalam hidupnya. Dalam hal ini, qona'ah tidak menentang kepemilikan harta, selama harta itu tidak

²⁶ Hamka. 2015. *Tasawuf Modern*. Jakarta: Replubika Penerbit.

²⁷ Hajjaj, Muhammad Fauqi. 2013. *Tasawuf Islam & Akhlak*. Jakarta: Mathba'ah Al-Fajr Al-Jadid.

²⁸ Shalahudin. 2013. "Qona'ah dalam Perspektif Islam" *Edu-Math*. Vol. 4.

²⁹ Hamka. 2015. *Tasawuf Modern*. Jakarta: Replubika Penerbit.

³⁰ Mohammed Farid Ali, "Contentment (Qana'ah) and Its Role in Curbing Social and Environmental Problems," *ICR Journal* 5, no. 3 (2014): 430–45, <https://doi.org/10.52282/icr.v5i3.391>.

³¹ S Mahmudah Noorhayati, "Konsep Qona'Ah Dalam Mewujudkan Keluarga Sakinah Mawaddah Dan Rahmah," *Konseling Religi Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 7, no. 2 (2017): 59, <https://doi.org/10.21043/kr.v7i2.1861>.

mengganggu kedamaian jiwa dan tidak menjauhkan diri dari nilai-nilai spiritual. Rasulullah Saw. telah bersabda, “*Bukanlah kekayaan itu lantaran banyak harta, kekayaan ialah kekayaan jiwa.*” Sebaliknya, qona’ah justru menjadi jalan untuk mencapai ketenteraman hati, selama harta yang dimiliki digunakan untuk tujuan yang baik dan mulia, seperti memenuhi kebutuhan sehari-hari, mempererat hubungan sosial, menjalankan ibadah, serta membantu orang yang membutuhkan. Bahkan, menyimpan harta tidak dilarang dalam ajaran qona’ah, selama niatnya untuk kebaikan, misalnya untuk membeli perlengkapan ibadah, menyediakan makanan berbuka puasa, membayar zakat dan fitrah, menunaikan haji, atau membantu orang lain yang berada dalam kesulitan. Hal tersebut tidak menjadi masalah selama keberadaan atau ketiadaan harta tidak membuat seseorang lalai dari mengingat Allah.³²

Secara keseluruhan, qona'ah dapat disimpulkan sebagai sikap merasa cukup dan menerima dengan ikhlas segala yang dimiliki, berserah kepada Allah, dan tidak berambisi terhadap hal-hal yang belum dimiliki.

2. Aspek-Aspek Qana’ah

Menurut Hamka dalam bukunya Thasawuf Modern³³, qana'ah mencakup lima hal, yaitu:

1. Menerima dengan ikhlas apa yang ada.
2. Memohon kepada Tuhan untuk tambahan yang pantas sambil tetap berusaha.
3. Bersabar atas ketentuan Tuhan.
4. Bertawakal atau menyerahkan diri kepada Tuhan.
5. Tidak tergoda oleh tipu daya dunia.

Orang yang memiliki sifat qana'ah akan menerima segala yang ada, meninggalkan kesenangan berlebihan, dan menghindari kemewahan baik dalam makanan, pakaian, maupun tempat tinggal.

Menurut Ahya³⁴, ada beberapa aspek qana'ah, yaitu:

- a) Menerima apa adanya

³² Hamka. 2015. Tasawuf Modern. Jakarta: Replubika Penerbit.

³³ *Ibid.*

³⁴ Awaludin Ahya, “Eksplorasi Dan Pengembangan Skala Qana’ah Dengan Pendekatan Spiritual Indigenous,” *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 7, no. 1 (2019): 13–27, <https://doi.org/10.22219/jipt.v7i1.7834>.

Seseorang yang qana'ah selalu menerima kehendak Allah dengan ikhlas dan melihat segala hal dari sudut pandang positif. Ini bukan berarti menyerah tanpa usaha, melainkan tetap menghargai hasil yang ada.

b) Sabar dan Berserah Diri

Artinya, bersabar dalam menjalani proses dan ujian hidup serta menyerahkan diri sepenuhnya kepada Allah. Berserah diri tidak berarti menyerah, tetapi tetap optimis akan bantuan Allah.

c) Selalu Bersyukur

Rasa syukur merupakan bentuk terima kasih kepada Allah atas segala nikmat yang diterima. Bersyukur bisa diwujudkan lewat ucapan dan perbuatan, dengan keyakinan bahwa rasa syukur akan mendatangkan lebih banyak nikmat.

d) Selalu Berusaha

Qana'ah juga mencakup semangat berusaha, baik dalam mencapai tujuan maupun menyelesaikan masalah. Dalam Islam, usaha tercermin dalam ikhtiar untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Sifat qana'ah mendorong seseorang untuk tetap berusaha sambil menerima dengan ikhlas apa yang diberikan Allah.

3. Ciri-Ciri Qana'ah.

Hamka³⁵ juga mengemukakan ciri-ciri qana'ah sebagai berikut:

1. Menerima ketentuan Allah dengan ikhlas
2. Berusaha dan meminta tambahan rezeki yang sesuai
3. Bersabar menerima pemberian Allah
4. Bertawakal kepada Allah
5. Tidak tergoda oleh tipu daya dunia

Menurut Rusdi³⁶, qana'ah memiliki dua ciri utama, yaitu:

- a. Ridha dengan sedikitnya nikmat yang diperoleh

Merasa bahagia dan cukup meski harta yang dimiliki terbatas, serta selalu mensyukuri apa yang didapat sebagai anugerah dari Allah.

- b. Tidak menuntut lebih

³⁵ Hamka. 2015. Tasawuf Modern. Jakarta: Replubika Penerbit.

³⁶ Rusdi, A. (2016). Qana'ah dalam Psikologi Islam dan Konstruk alat ukurnya. Jakarta: Republika Penerbit.

Merasa puas dengan rezeki yang telah Allah berikan, tanpa meminta tambahan harta atau merasa menyesal dengan apa yang dimiliki

Secara keseluruhan, ciri-ciri qana'ah dari Rusdi dan Hamka meliputi: ridha dengan nikmat yang ada, tidak menuntut lebih, menerima ketentuan Allah dengan ikhlas, berusaha dengan pantas, bersabar dengan pemberian Allah, tawakal kepada Allah, dan tidak tergoda oleh dunia.

4. Faktor-Faktor Mempengaruhi Qana'ah

Menurut Al-Faruq³⁷, ada 5 faktor yang bisa memengaruhi sikap qana'ah atau rasa cukup dalam diri seseorang, yaitu:

1. Memperkuat Keimanan: Menanamkan keyakinan bahwa Allah SWT Maha Kuasa dan memberikan nikmat sesuai dengan kebutuhan setiap hamba-Nya.
2. Percaya akan Ketentuan Rezeki: Meyakini bahwa rezeki sudah ditentukan oleh Allah SWT sejak manusia masih dalam kandungan. Manusia hanya diminta untuk berusaha, sedangkan rezeki adalah pemberian dari Allah SWT.
3. Mengamalkan Al-Qur'an dalam Kehidupan Sehari-hari: Al-Qur'an diturunkan sebagai petunjuk hidup agar umat manusia dapat memahami jalan yang benar dan menggunakannya sebagai pedoman hidup.
4. Memahami Hikmah Perbedaan Rezeki: Rezeki tidak hanya berupa materi, tetapi juga bisa berupa anak, kesehatan, dan tanggung jawab yang berbeda-beda, yang juga adalah bagian dari rezeki dari Allah SWT.
5. Melihat Kepada Orang yang Lebih Rendah dalam Urusan Dunia: Bersyukur dan menerima apa yang diberikan Allah SWT, walaupun mungkin tidak selalu sesuai dengan keinginan kita.

Dengan memahami kelima faktor ini, seseorang dapat mengembangkan sikap qana'ah dalam kehidupannya.

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu kecenderungan individu dalam melakukan pembelian atau konsumsi barang dan jasa bukan berdasarkan kebutuhan yang rasional, melainkan didorong oleh keinginan yang berlebihan. Perilaku ini sering

³⁷ Al-Faruq, U. (2012). Dahsyatnya Ikhlas Sabar Qana'ah. Surakarta: Ziyad.

muncul akibat pengaruh kuat dari informasi produk yang disebarluaskan melalui iklan, promosi, dan strategi pemasaran modern yang semakin beragam dan masif, serta didukung oleh kemajuan teknologi. Seiring waktu, perubahan gaya hidup menuju kemewahan dan kecenderungan berlebih-lebihan turut memperkuat pola hidup konsumtif. Dalam kondisi ini, keputusan membeli tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kebutuhan dasar, melainkan lebih kepada pemenuhan hasrat dan dorongan emosional semata. Perilaku konsumtif terjadi ketika pembelian dilakukan tanpa pertimbangan logis, melainkan didasari oleh dorongan keinginan yang telah melampaui batas rasionalitas.³⁸

Perilaku konsumtif adalah kebiasaan membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan, sehingga menjadi berlebihan.³⁹ Sumartono menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan gaya hidup mewah dan berlebihan, di mana orang cenderung memilih barang yang paling mahal untuk mendapatkan kepuasan fisik semata, bukan kebutuhan.⁴⁰ Lina & Rosyid (1997) berpendapat bahwa perilaku konsumtif terjadi saat seseorang membeli barang bukan karena kebutuhan, tapi karena keinginan berlebihan.⁴¹

Ningsih & Bawono⁴² mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai keinginan memiliki barang secara berlebihan, semata untuk memenuhi hasrat dan bukan kebutuhan. Murasmutia, Hardjajani, & Nugroho⁴³ menyebutkan bahwa perilaku konsumtif adalah kebiasaan membeli barang tanpa pertimbangan rasional, hanya untuk memenuhi keinginan dan bukan kebutuhan, yang mengakibatkan pemborosan.

³⁸ Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4)

³⁹ Rita Martini et al., “Pengaruh Kecanduan Game Online terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Pengguna Game Online,” *Jurnal Riset Terapan Akuntansi* 2, no. 2 (2018): 169–81.

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4)

⁴² Bawono dkk., “Hubungan antara Perilaku Konsumtif pada Produk X dengan Citra Diri Remaja Putri,” *Mediapsi* 02, no. 01 (2016): 45–50,
<https://doi.org/10.21776/ub.mps.2016.002.01.6>.

⁴³ Murasmutia, Azalea dkk., “Hubungan Antara Citra Tubuh dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Pakaian pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta,” hlm. 207-208.

Rombe⁴⁴ menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah pola konsumsi berlebihan yang membuat seseorang sulit mengontrol dirinya terhadap barang yang dibelinya. Wahyudi⁴⁵ menyebutkan bahwa perilaku konsumtif adalah kebiasaan membeli barang tanpa pertimbangan logis, lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, yang ditandai dengan hidup mewah dan berlebihan. Fitriyah⁴⁶ mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan gaya hidup mewah yang bertujuan memberi kepuasan fisik. Hal ini didorong oleh budaya konsumsi yang lebih memikirkan hasrat daripada kebutuhan.

Secara umum, perilaku konsumtif adalah kebiasaan membeli barang secara berlebihan untuk kepuasan semata, tanpa memperhitungkan kebutuhan atau manfaatnya, sehingga berpotensi mengarah pada pemborosan.

2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek yang memengaruhi perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997)⁴⁷ adalah sebagai berikut:

a. Pembelian Impulsif

Pembelian impulsif adalah perilaku membeli barang karena dorongan tiba-tiba tanpa pertimbangan matang. Konsumen membuat keputusan langsung di tempat, tanpa memikirkan dampaknya atau menggunakan informasi sebelumnya.

b. Pembelian Berlebihan atau Pemborosan

Pemborosan menggambarkan perilaku membeli barang secara berlebihan dan menghabiskan uang untuk sesuatu yang sebenarnya tidak diperlukan.

c. Pembelian Tidak Rasional

⁴⁴ Sufrihana Rombe, "Hubungan Body Image dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku KRombe, S. (2013). Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 1(4), 228–236. <https://doi.org/>," *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 1, no. 4 (2013): 228–36.

⁴⁵ Wahyudi, "Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza," *EJournal Sosiologi*. 1, no. 4 (2013): 26–36.

⁴⁶ Neka Fitriyah, "Iklan Televisi Dan Perilaku Konsumtif Anak-Anak (Studi Kasus Pada Siswa SDN 13 Serang)," *CommLine* 6, no. 1 (2015): 11, <https://doi.org/10.36722/cl.v6i1.602>.

⁴⁷ Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4)

Pembelian ini dilakukan tanpa mempertimbangkan kegunaan barang tersebut. Konsumen membeli bukan karena butuh, tetapi untuk gengsi, agar terlihat modern atau mengikuti tren.

3. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono⁴⁸, perilaku konsumtif dapat dilihat dari beberapa indikator:

- a. Membeli produk karena tergoda hadiah. Konsumen tertarik membeli barang yang menawarkan hadiah jika mereka membelinya.
- b. Membeli produk karena kemasan yang menarik. Konsumen tertarik pada barang dengan kemasan yang rapi dan hiasan yang menarik, dan ini menjadi alasan utama untuk membeli.
- c. Membeli produk untuk menjaga penampilan dan reputasi. Mahasiswa sering berbelanja untuk menjaga penampilan karena ingin selalu terlihat menarik di mata orang lain, seperti dalam hal pakaian dan gaya rambut.
- d. Membeli produk berdasarkan harga, bukan kegunaan. Konsumen cenderung memilih barang yang dianggap mewah demi menunjukkan gaya hidup yang lebih tinggi.
- e. Membeli produk sebagai simbol status. Konsumen menggunakan pakaian dan gaya tertentu untuk menunjukkan status sosial yang lebih tinggi.
- f. Mengikuti gaya dari iklan atau model favorit. Konsumen meniru gaya dari tokoh idola mereka yang ada di iklan, terutama jika mereka kagum pada citra produk tersebut.
- g. Membeli produk mahal untuk meningkatkan kepercayaan diri. Konsumen merasa lebih percaya diri karena percaya dengan pesan iklan dari produk tersebut.
- h. Mencoba lebih dari satu produk serupa dari merek berbeda. Konsumen tertarik mencoba produk sejenis dari merek lain, meskipun belum pernah digunakan sebelumnya.

4. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

⁴⁸ Sumartono. (2002). Terperangkap dalam Iklan. Bandung: Alfabeta

Menurut Lina dan Rosyid⁴⁹, perilaku konsumtif seseorang bisa dipengaruhi oleh dua faktor:

1) Faktor Eksternal

- Budaya dan Subkultur

Budaya adalah kumpulan simbol dan elemen yang dibuat oleh suatu masyarakat dan diwariskan ke generasi berikutnya sebagai panduan dalam berperilaku. Loudon dan Bitta menjelaskan bahwa budaya berpengaruh kuat pada perilaku belanja. Artinya, perilaku belanja seseorang bisa diprediksi dari nilai-nilai budaya yang mereka anut.

• Kelas Sosial

Kelas sosial adalah kelompok orang yang berada pada posisi yang sama dalam masyarakat, memiliki nilai, minat, dan kegiatan yang serupa.

• Kelompok Sosial dan Referensi

Hubungan seseorang dengan kelompok sosial mempengaruhi opini dan preferensi mereka. Kelompok ini bisa berperan dalam tiga cara: memperkenalkan gaya hidup baru, mendorong mereka untuk menyesuaikan diri, serta mempengaruhi pilihan merek dan produk.

• Keluarga

Keluarga sangat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Sebelum membeli, seringkali seseorang meminta pendapat anggota keluarga mengenai produk yang dipilih.

2) Faktor Internal

• Motivasi dan Harga Diri

Motivasi adalah dorongan yang membuat seseorang melakukan sesuatu, termasuk membeli barang. Harga diri juga berpengaruh, di mana orang dengan harga diri rendah lebih mudah terpengaruh untuk membeli demi meningkatkan citra diri.

• Pengamatan dan Pembelajaran

⁴⁹ Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi, 2(4)

Sebelum membeli, seseorang biasanya mengamati produk terlebih dahulu. Bila produknya sesuai, mereka tidak akan ragu untuk membelinya.

- Kepribadian dan Konsep Diri

Cara seseorang memandang diri sendiri juga memengaruhi perilaku belanja mereka. Mereka yang memiliki citra diri negatif cenderung menggunakan belanja untuk meningkatkan citra diri mereka.

Dalam konteks konsumsi Islami, seorang Muslim dianjurkan untuk hidup sederhana, tidak berlebihan, dan tidak boros. Mereka diharapkan menyesuaikan kebutuhan dan keinginan sesuai anggaran yang ada, seperti yang ditegaskan dalam QS. Al-A'raf ayat 31.

بِيَنِيْ أَمْ خُلُوا زِيَّنَكُمْ عَذْ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَأَشْرُبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”.

C. Hubungan Qana'ah dengan Perilaku Konsumtif pada Karyawan

Beberapa orang sering tidak sadar bahwa mereka menghabiskan uang tanpa bijak dan tidak mempertimbangkan fungsi dari barang yang akan dibeli. Apalagi dengan seorang karyawan yang berkerja dibidang fashion yang secara langsung terpapar pada tren fashion. Mereka banyak membeli barang bukan lagi untuk kebutuhan, tetapi untuk mengikuti tren atau menunjukkan status. Selain itu, mereka semakin tertarik pada merek-merek baru dan tergoda oleh tren yang dipromosikan di *online shop*, iklan, dan media lain yang sering mengedepankan gaya hidup mewah. Hal ini membuat seorang karyawan terus-menerus membeli tanpa berpikir, yang lama-kelamaan bisa membuat mereka kecanduan dengan gaya hidup konsumtif.⁵⁰

Perilaku konsumtif ini bisa berkurang jika setiap karyawan memiliki sikap qana'ah, yaitu sikap menerima dan merasa cukup dengan apa yang diberikan oleh Allah SWT. Menurut Muhammad bin Turmuzi, qana'ah membawa ketenangan dalam hati karena seseorang merasa cukup dengan apa yang dimiliki dan menerima apa yang tidak dapat dimilikinya. Artinya, qana'ah adalah kesadaran bahwa segala sesuatu yang dimiliki adalah milik Allah SWT, sehingga berapapun penghasilan

⁵⁰ Van Hoeve.(2005). Ensiklopedi Islam. Jakarta : PT Ichtiar Baru.

yang diperoleh, diterima dengan ikhlas sambil tetap berusaha dengan cara yang diridhai-Nya.⁵¹

Menurut Sulthoni⁵², memiliki sikap qana'ah dalam konsumsi tidak berarti menghindari semua hal dunia, tetapi lebih pada hidup sederhana dan tidak membelanjakan uang untuk hal-hal yang tidak perlu. Orang yang tamak, yaitu keinginan yang berlebihan terhadap sesuatu, atau tidak pernah puas dengan apa yang telah dicapai sehingga berpotensi besar merugikan diri sendiri dan orang lain. Sikap qana'ah dapat membantu karyawan untuk lebih menghargai pemberian Allah SWT dan tidak membuang-buang uang, sehingga terhindar dari perilaku boros atau konsumtif.

Dengan memiliki sikap qana'ah, karyawan bisa mengontrol pengeluaran dan hanya membeli barang yang memang dibutuhkan, yang berguna untuk hidup mereka. Jika tidak memiliki sikap qana'ah, seorang karyawan mungkin terus menjalani gaya hidup konsumtif yang berlebihan pada akhirnya hanya memberi dampak negatif pada dirinya dan membawa penyesalan.

D. Hipotesis

Dalam penelitian hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah tersebut bisa berupa pernyataan tentang hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan (komparasi), atau variabel mandiri (deskripsi).⁵³ Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana nilai qona'ah sebagai mengontrol dan penerimaan diri dalam menghadapi suatu keadaan yang berhubungan dengan perilaku konsumtif di lingkungan kerja. Di tengah perkembangan gaya hidup yang serba modern dan berkembang, nilai qonaah diyakini dapat mengontrol pola perilaku konsumtif individu.

Menurut Noorhayati⁵⁴, qona'ah sebagai perasaan merasa cukup dengan miliknya, hidup sederhana, dan bijak dalam menggunakan hartanya. Qona'ah memiliki lima aspek menurut teori Hamka⁵⁵ yaitu, menerima dengan ikhlas apa yang ada,

⁵¹ Yusmansyah, T. (2008). Akidah dan Akhlak; untuk Kelas VIII Ma drasah Tsanawiyah. Jakarta : Grafindo Media Pratama.

⁵² Tahar Rachman, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam : Teori Dan Praktek," *Sulthoni, Hasan*, 2015, 231–50.

⁵³ Sugiyono. (2021). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta

⁵⁴ S Mahmudah Noorhayati, "Konsep Qona'ah Dalam Mewujudkan Keluarga Sakinah Mawaddah Dan Rahmah," *Konseling Religi Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 7, no. 2 (2017): 59

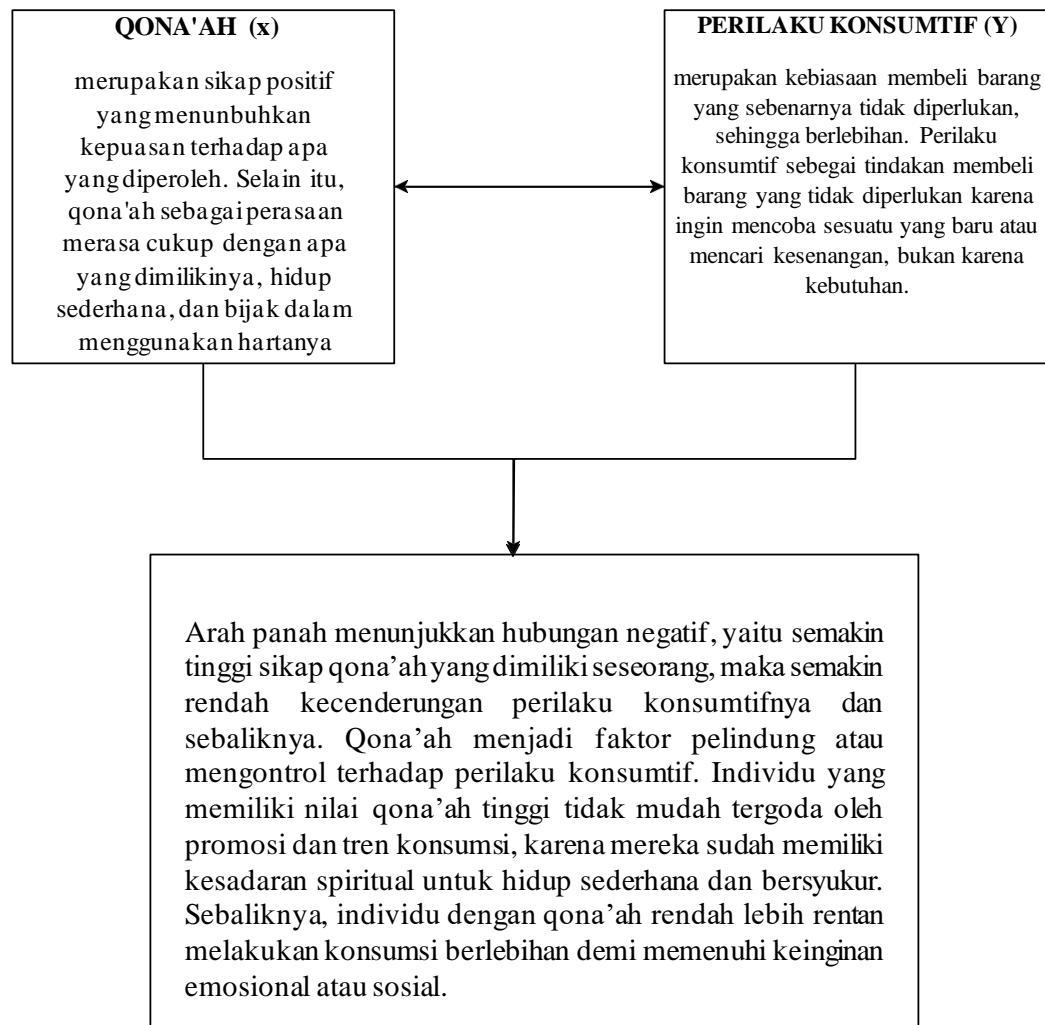
⁵⁵ Hamka. 2015. Tasawuf Modern. Jakarta: Replubika Penerbit.

memohon kepada Tuhan untuk tambahan yang pantas sambil tetap berusaha, bersabar atas ketentuan Tuhan, bertawakal atau menyerahkan diri kepada Tuhan, serta tidak tergoda oleh bujukan dunia atau tipu daya manusia. Sedangkan perilaku konsumtif merupakan kebiasaan membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan, sehingga menjadi berlebihan.⁵⁶ Dari penelitian yang dilakukan Lina dan Rosyid⁵⁷ mengemukakan bahwa terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu pembelian impulsif, pembelian berlebihan atau pemborosan, dan pembelian tidak rasional.

Individu yang memiliki nilai qona'ah tinggi mereka akan cenderung merasa cukup dengan apa yang sudah dimiliki, sehingga mereka tidak mudah ter dorong untuk melakukan pembelian secara berlebihan. Selain itu, perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan keinginan mendapatkan kepuasan secara instan dengan memenuhi kebutuhan material. Hal ini bertolak belakang dengan nilai qona'ah. Sehingga penjelasan diatas menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai qona'ah yang dimiliki individu, maka semakin rendah kecenderungan berperilaku konsumtif.

⁵⁶ Rita Martini et al., “Pengaruh Kecanduan Game Online terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Pengguna Game Online,” *Jurnal Riset Terapan Akuntansi* 2, no. 2 (2018): 169–81.

⁵⁷ Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4)



Berdasarkan uraian diatas penelitian ini mengambil hipotesis alternatif sebagai berikut:

1. H1 : Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara nilai qona'ah dengan perilaku konsumtif pada karyawan di CV Gaia Shop Semarang
2. H0 : Tidak terdapat hubungan negative yang signifikan antara nilai qona'ah dengan perilaku konsumtif pada karyawan di CV Gaia Shop Semarang

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada prinsip-prinsip ilmiah, meliputi pendekatan yang sistematis, empiris, dan rasional. Penelitian ini bertujuan mengumpulkan data dalam bentuk angka yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik. Fokus utama penelitian kuantitatif adalah pengujian teori melalui pengukuran variabel secara objektif dan terukur. Dengan menggunakan pendekatan deduktif, penelitian ini dirancang untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.⁵⁸

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode korelasional. Metode korelasional adalah metode salah satu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel. Dalam konteks penelitian, metode ini digunakan untuk menentukan apakah terdapat hubungan atau asosiasi antara variabel-variabel tersebut, serta mengukur tingkat kekuatan hubungan tersebut.⁵⁹

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*, atau variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁶⁰ Dalam penelitian ini, variabel bebas yang akan digunakan adalah variabel qonah’ah.

B. Variabel Penelitian

Hatch dan Farhady (1981) menjelaskan bahwa secara teoritis, variabel penelitian merupakan atribut yang dimiliki oleh individu atau objek, yang menunjukkan adanya "variasi" antara satu individu atau objek dengan lainnya.

⁵⁸ Novandina Izzatillah Firdausi, "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif," *Kaos GL Dergisi* 8, no. 75 (2020): 147–54,
<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798>%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp:

⁵⁹ Ahmad Dhiaul Haq, Imam Santoso, and Zahra Ajub Ajulan Macrina, "Estimasi Signal To Noise Ratio (SNR) Menggunakan Metode Korelasi," *Transient* 1, no. 4 (2012): 1–8.

⁶⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2021), h. 4

Variabel juga dapat berupa atribut dari bidang ilmu atau aktivitas tertentu yang diteliti untuk dianalisis dan diambil kesimpulan. Sementara itu, menurut Kerlinger (1973), variabel adalah konstruk atau karakteristik yang menjadi fokus penelitian. Selain itu, variabel juga dapat diartikan sebagai sifat yang memiliki nilai yang berbeda-beda.⁶¹

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)

Variabel dependen disebut juga sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini menggunakan variabel perilaku konsumtif sebagai variabel terikat.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian adalah penjelasan konkret dan spesifik mengenai bagaimana variabel akan diukur atau diamati dalam konteks penelitian. Definisi ini memberikan panduan yang jelas tentang indikator, alat ukur, atau metode yang digunakan untuk memperoleh data variabel. Dengan kata lain, definisi operasional menghubungkan konsep abstrak (teori) dengan langkah praktis untuk pengumpulan data, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel secara sistematis, terukur, dan dapat diuji.⁶² Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Qona'ah

Qona'ah merupakan sikap menerima, sabar, dan berserah diri atas apa yang telah dimiliki. Sikap ini menjadi kekuatan untuk menghadapi hidup dan mendorong energi dalam mencari kebaikan. Qona'ah dianggap sebagai sumber kekayaan sejati, karena rezeki tidak akan terhalang datang jika seseorang selalu ingat kepada Tuhan. Orang yang merasa kekurangan sejati adalah yang terus menerus menginginkan lebih dari yang telah

⁶¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2021), h. 2-3

⁶² Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.

didapatkan.⁶³ Qona'ah dapat disimpulkan sebagai sikap merasa cukup dan menerima dengan ikhlas segala yang dimiliki, berserah kepada Allah, dan tidak berambisi terhadap hal-hal yang belum dimiliki. Penelitian ini, menggunakan landasan teori yang merujuk pada teori Hamka dengan aspek-aspek sebagai berikut:

- a. Menerima dengan rela apa yang ada
- b. Memohon kepada Tuhan untuk tambahan yang pantas dengan tetap berusaha
- c. Bersabar atas ketentuan Tuhan
- d. Bertawakal atau menyerahkan diri kepada Tuhan
- e. Tidak tergoda oleh bujukan dunia atau tipu daya manusia

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kebiasaan membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan, sehingga menjadi berlebihan. Perilaku konsumtif ditandai dengan gaya hidup mewah dan berlebihan, di mana seseorang cenderung memilih barang yang paling mahal untuk mendapatkan kepuasan fisik semata, bukan kebutuhan.⁶⁴ Perilaku konsumtif sebagai keinginan memiliki barang secara berlebihan, semata untuk memenuhi hasrat dan bukan kebutuhan. Penelitian ini, menggunakan landasan teori yang merujuk pada teori Lina dan Rosyid dengan aspek-aspek sebagai berikut:

- a. Pembelian impulsif
- b. Pembelian berlebihan atau pemborosan
- c. Pembelian tidak rasional

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan dijadikan dasar dalam

⁶³ Duhani Miranti, “Hubungan Qona’ah Dan Syukur Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja,” *Skripsi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*, 2022.

⁶⁴ Rita Martini et al., “Pengaruh Kecanduan Game Online Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Pengguna Game Online,” *Jurnal Riset Terapan Akuntansi* 2, no. 2 (2018): 169–81.

menarik kesimpulan. Dengan demikian, populasi mencakup seluruh subjek dalam penelitian.⁶⁵ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di CV Gaia Shop Semarang dengan jumlah karyawan sebanyak 50 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ketika populasi terlalu besar dan peneliti tidak dapat mempelajari keseluruhannya, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu, maka peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut. Agar hasil penelitian valid, sampel yang dipilih harus bersifat representatif atau mampu mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Adapun teknik pengambilan sampel dilakukan secara *Simple Random Sampling* terhadap karyawan CV Gaia Shop Semarang. Teknik pengambilan secara *Simple Random Sampling* yaitu *Simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁶⁶

Supaya hasil penelitian dapat digeneralisasikan terhadap populasi, maka sampel diambil secara representatif yang berarti sampel harus mencerminkan dan bersifat mewakili populasi. Dalam menentukan sampel dari penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin digunakan untuk mendapatkan sampel yang representatif dan lebih pasti atau mendekati populasi yang ada. Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel
- N : Jumlah populasi
- e : Batas toleransi kesalahan (error tolerance = 5%)

⁶⁵ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2021), h. 61

⁶⁶ *Ibid.*

Berdasarkan populasi karyawan yang ditetapkan dengan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0,005 maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{50}{1 + 50(0,05)^2} \\ n &= \frac{50}{1 + 0,125} \\ n &= \frac{50}{1,125} \\ n &= 44,44 = 45 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan diatas maka peneliti mengambil sampel dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di CV Gaia Shop Semarang sebanyak 45 karyawan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala Likert*. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat persepsi seseorang atau kelompok orang terhadap fenomena sosial.⁶⁷ Penelitian ini menggunakan instrument kuesioner skala pengukuran ordinal yaitu menggunakan beberapa macam pertanyaan yang digunakan untuk mengukur perilaku individu dengan menjawab 4 pilihan jawaban pada setiap pertanyaan. 4 pilihan tersebut yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS).

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan memberikan pernyataan kepada partisipan penelitian untuk memperoleh respons. Teknik ini dapat menjadi langkah yang efisien jika peneliti memahami variabel yang akan diukur dan diterapkan pada partisipan. Kuesioner biasanya berisi pertanyaan atau pernyataan, baik dalam bentuk tertutup maupun terbuka,

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, Cet.IV), Op.Cit, h. 136

yang dapat disampaikan kepada partisipan secara langsung atau melalui internet.⁶⁸

Skala ini dirancang dengan pernyataan yang bersifat mendukung (favourable) dan tidak mendukung (unfavourable). Pernyataan favorable mencerminkan dukungan, sedangkan pernyataan unfavorable menunjukkan ketidaksetujuan.

Kategori yang digunakan dalam skala Qona'ah dan Perilaku Konsumtif adalah:

Tabel 2. Skor Skala Likert

Jawaban	Keterangan	Skor Favorable	Skor Unfavorable
SS	Sangat Sesuai	4	1
S	Sesuai	3	2
TS	Tidak Sesuai	2	3
STS	Sangat Tidak Sesuai	1	4

Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam skala yaitu:

1. Skala Qona'ah

Qona'ah adalah sikap merasa cukup dan menerima dengan ikhlas segala yang dimiliki, berserah kepada Allah, dan tidak berambisi terhadap hal-hal yang belum dimiliki. Demikian skala ini mengacu pada teori Hamka (2005) dengan aspek-aspek sebagai berikut:

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif,....,h.142*

Tabel 3. Blue Print Skala Qona'ah

No	Aspek	Indikator	Aitem	
			Favorabel	Unfavorabel
1.	Menerima dengan ikhlas apa yang ada	Merasa cukup dengan apa yang dimiliki	1, 3	2, 4
		Tidak kecewa ketika mendapat sesuatu yang tidak sesuai	5, 7	6, 8
		Tidak mengharapkan milik orang lain	9, 11	10, 12
2.	Memohon kepada Tuhan untuk tambahan yang pantas sambil tetap berusaha	Tidak mengeluh meski yang didapat tidak sesuai dengan usaha	13, 15	14, 16
		Rajin dalam bekerja supaya keinginan tercapai	17, 19	18, 20
		Tidak meminta sesuatu kepada Allah secara berlebihan	21, 23	22, 24
3.	Bersabar ketentuan Tuhan	Percaya bahwa apa yang terjadi ada hikmahnya	25, 27	26, 28
		Bersyukur jika diberi nikmat Allah	29, 31	30, 32
		Menerima pemberian Allah dengan senang hati	33, 35	34, 36
4.	Bertawakal atau menyerahkan diri kepada Tuhan	Pasrah kepada Allah atas segala apa yang menimpa	37, 39	38, 40
		Tetap berusaha dengan diiringi doa kepada Allah	41, 43	42, 44
		Meminta pertolongan pertama kali kepada Allah	45, 47	46, 48
5.	Tidak tergoda oleh bujukan dunia atau tipu daya manusia	Tidak ambisius dalam mengejar dunia	49, 51	50, 52
		Menyeimbangkan kepentingan dunia dan akhirat	53, 55	54, 56
		Tidak menomor satukan materi di atas segalanya	57, 59	58, 60

2. Skala Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kebiasaan membeli barang secara berlebihan untuk kepuasan semata, tanpa memperhitungkan kebutuhan atau manfaatnya, sehingga berpotensi mengarah pada

pemborosan. Demikian skala ini mengacu pada teori Lina dan Rosyid (1997) dengan aspek-aspek sebagai berikut:

Tabel 4. Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Indikator	Aitem	
			Favorabel	Unfavorabel
1.	Pembelian impulsif	Membeli suatu barang untuk keinginan sesaat	61, 63	62, 64
		Membeli barang tanpa pertimbangan	65, 67	66, 68
2.	Pembelian berlebihan atau pemborosan	Boros	69, 71	70, 72
		Membeli barang yang tidak diperlukan	73, 75	74, 76
3.	Pembelian tidak rasional	Ingin mencari kepuasan	77, 79	78, 80
		Ingin mencari perhatian dan ingin dipuji	81, 83	82, 84

F. Teknik Analisis Data

1. Data Instrumen

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan satu skala pengukuran yang merupakan gabungan dari dua variabel penelitian. Skala pengukuran ini memuat pedoman tertulis berupa pernyataan yang telah disusun secara sistematis untuk memperoleh informasi tertentu. Instrumen yang digunakan merupakan alat ukur yang telah memenuhi kriteria akademik, sehingga layak digunakan sebagai sarana pengukuran terhadap suatu objek maupun dalam pengumpulan data berkaitan dengan variabel tertentu. Kualitas suatu instrumen ditentukan oleh tingkat validitas dan reliabilitasnya. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.⁶⁹

a) Validitas Instrumen

Valid berarti alat ukur yang digunakan benar-benar mampu menghasilkan data yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Dengan kata lain, instrumen tersebut dapat digunakan secara tepat untuk

⁶⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2021), h. 348

mengukur aspek atau variabel yang memang ingin diukur.⁷⁰ Sebelum instrumen dalam proses pengumpulan data, instrumen tersebut perlu melalui tahap uji coba terlebih dahulu. Uji coba ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah instrumen tersebut layak dan tepat digunakan dalam mengukur variabel yang menjadi fokus penelitian.⁷¹ Uji coba instrumen dilaksanakan terhadap populasi umum diluar sampel terpilih serta diutamakan dari populasi yang sama yaitu sesama karyawan dengan jumlah keseluruhan 30 karyawan. Pengujian instrumen dilaksanakan pada tanggal 21 hingga 25 April 2025 melalui platform Google Form (<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScuPyk3Q6hEiXJiffb1AroC8OjSYGbMkrsIyYHswx-KOcCQA/viewform?usp=header>), dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27.0 for Windows. Suatu item pada kuesioner dinyatakan valid apabila koefisien korelasi antara skor item dan skor total menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang berarti bahwa butir pernyataan tersebut layak digunakan atau valid dalam penelitian.

Berdasarkan uji validitas instrumen yang dilakukan terhadap 60 aitem skala Qona'ah terdapat 53 aitem yang valid dan 7 aitem yang dinyatakan gugur. Aitem skala Qona'ah menggunakan koefisien validitas minimal 0,364 sampai dengan maksimal 0,772. Aitem yang gugur adalah nomor 1, 23, 24, 42, 49, 50, 60. Adapun koefisien korelasi yang gugur berkisar antara 0,085 sampai dengan 0,348.

Berdasarkan uji validitas instrumen yang dilakukan terhadap 24 aitem skala Perilaku Konsumtif, terdapat 21 aitem yang valid dan 3 aitem yang dinyatakan gugur. Aitem skala Perilaku Konsumtif menggunakan koefisien validitas minimal 0,368 sampai dengan maksimal 0,873. Aitem yang gugur adalah nomor 2, 19, 23. Adapun

⁷⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2021), h. 348

⁷¹ Payadnya, I. P. A. A., & Jayantika, I. G. A. N. T. (2018). Panduan penelitian eksperimen beserta analisis statistik dengan spss. Deepublish.

koefisien korelasi yang gugur berkisar antara -0,171 sampai dengan 0, 256.

b) Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas dalam pengukuran menunjukkan sejauh mana hasil yang diperoleh bersifat tetap, konsisten, dan dapat diandalkan dari waktu ke waktu, selama tidak ada perubahan pada atribut yang diukur. Secara umum, reliabilitas menggambarkan tingkat ketelitian suatu pengukuran. Jika pengukuran mengandung kesalahan yang bersifat acak, maka pengukuran tersebut dianggap kurang teliti. Akibatnya, hasil pengukuran menjadi tidak konsisten seiring berjalannya waktu. Jadi reliabilitas menyangkut ketetapan alat ukur.⁷²

Menurut Azwar, reliabilitas ditunjukkan melalui koefisien reliabilitas yang nilainya berada dalam kisaran 0 hingga 1,00. Semakin mendekati angka 1,00, maka tingkat reliabilitasnya semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah nilainya dan mendekati angka 0, maka reliabilitasnya pun semakin rendah. Dalam penelitian ini, pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha karena masing-masing skala hanya diberikan satu kali kepada sekelompok responden (*single trial administration*).⁷³

Berikut kriteria tingkat reliabilitas:

Tabel 5. Interval dari Kriteria Reliabilitas

Interval	Kriteria
<0,200	Sangat Rendah
0,200 - 0,0339	Rendah
0,400 - 0,599	Cukup
0,600 - 0,799	Tinggi
0,800 – 1000	Sangat Tinggi

⁷² Syaifuddin Azwar, Penyusunan Skala Psikologi, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021), h. 136

⁷³ Syaifuddin Azwar, Penyusunan Skala Psikologi, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), h. 83

Reliabilitas skala pada model ini ditunjukkan melalui nilai koefisien alpha yang berhubungan dengan tingkat kesalahan dalam pengukuran. Semakin tinggi nilai alpha, maka semakin rendah tingkat kesalahan pengukuran. Perhitungan ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 27.0.

Dengan bantuan paket program SPSS 27.0 for Windows, skala Qona'ah yang dilakukan dengan reliabilitas *Alpha Cronbach*, instrumen Qona'ah diperoleh nilai koefisien 0.948.

Tabel 6. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,948	53

Berdasarkan hasil diatas, disimpulkan bahwa angka menunjukkan hasil reliabilitas Qona'ah yang sangat tinggi. Dengan demikian instrumen Qona'ah dinyatakan *reliable* dan layak digunakan sebagai bahan penelitian.

Berdasarkan skala perilaku konsumtif yang dilakukan dengan reliabilitas *Alpha Cronbach*, instrumen perilaku konsumtif diperoleh nilai koefisien 0.923.

Tabel 7. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,923	21

Berdasarkan hasil diatas, disimpulkan bahwa angka menunjukkan hasil reliabilitas Perilaku Konsumtif yang sangat tinggi. Dengan demikian instrumen Perilaku Konsumtif dinyatakan *reliable* dan layak digunakan sebagai bahan penelitian.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian memiliki distribusi yang mendekati distribusi normal. Tujuan dari uji ini adalah untuk menilai apakah sebaran variabel penelitian bersifat normal atau tidak. Secara konsep, uji normalitas membandingkan data yang diperoleh peneliti dengan data yang secara teoritis berdistribusi normal dan memiliki nilai rata-rata serta standar deviasi yang sama. Uji ini penting karena merupakan syarat utama dalam penggunaan uji statistik parametrik.⁷⁴

Model korelasi yang baik idealnya memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, digunakan uji normalitas dengan bantuan software SPSS, dengan memperhatikan hasil pada kolom *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk*. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi, yaitu jika nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal, sedangkan jika kurang dari 0,05 maka data dianggap tidak berdistribusi normal.⁷⁵

Uji normalitas yang dilakukan memakai dasar uji normalitas *Shapiro-Wilk* karena dinilai lebih tepat dan akurat jika diterapkan pada jumlah sampel kecil, memiliki dasar pengambilan keputusan yaitu:

- Nilai Sig. > 0,05, data berdistribusi normal
- Nilai Sig. < 0,05, data tidak berdistribusi normal

3. Uji Korelasi

Penelitian korelasi adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara satu atau lebih variabel, yang diukur melalui koefisien korelasi. Dalam melakukan penelitian korelasi, ada beberapa hal penting yang perlu

⁷⁴ Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). SPSS vs LISREL: sebuah pengantar, aplikasi untuk riset. Jakarta: salemba empat, 5(2), 23-34.

⁷⁵ Ahadi, G. D., & Zain, N. N. L. E. (2023). Pemeriksaan Uji Kenormalan dengan Kolmogorov-Smirnov, Anderson-Darling dan Shapiro-Wilk. Eigen Mathematics Journal, 11-19.

diperhatikan, yaitu: (1) adanya landasan teori yang mendukung kemungkinan hubungan antarvariabel, (2) keandalan alat ukur atau instrumen yang digunakan, dan (3) jumlah sampel yang dianalisis.⁷⁶

Uji korelasi memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel dalam satu penelitian. Nilai koefisien korelasi yang diperoleh menunjukkan seberapa kuat dan ke mana arah hubungan tersebut. Semakin mendekati angka satu, maka hubungan antarvariabel dianggap semakin kuat. Arah hubungan ditunjukkan dengan tanda positif (+) atau negatif (-). Jika korelasi bernilai positif, berarti semakin tinggi tingkat qonaah seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, jika korelasi bernilai negatif, maka semakin tinggi qonaah, semakin rendah perilaku konsumtif yang ditunjukkan.⁷⁷

⁷⁶ Mukhid, A. (2021). Metodologi penelitian pendekatan kuantitatif. Jakad Media Publishing.

⁷⁷ Santoso, I., Madiistriyatno, H., & Rachmatullah, A. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Indigo Media.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kancah Penelitian

1. Sejarah CV Gaia Shop

CV Gaia Shop Semarang merupakan perusahaan retail fashion yang berdiri pada tahun 2018 di Kota Semarang. Perusahaan ini didirikan oleh Mesakh Triyanto, seorang pengusaha muda yang memiliki visi untuk menghadirkan produk fashion yang modern namun tetap terjangkau bagi masyarakat, khususnya kalangan mahasiswa. Gaia Shop hadir sebagai jawaban atas kebutuhan konsumen akan pakaian bergaya kekinian dengan harga yang sangat terjangkau.

Toko pusat CV Gaia Shop berlokasi di Jl. Taman Pekunden No.7, Pekunden, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50232, tepatnya di sebelah SD, yang menjadi titik awal perkembangan bisnis ini. Seiring waktu, Gaia Shop terus mengalami pertumbuhan dan melakukan ekspansi usaha ke berbagai wilayah di Kota Semarang.

Pada tahun 2019, CV Gaia Shop membuka cabang pertamanya dengan nama Gaia Malangsari yang berlokasi di Jl. Malangsari No.8C, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50162. Di tahun yang sama, cabang kedua didirikan di daerah Ngaliyan dengan nama Splendid, tepatnya di Jl. Raya Ngaliyan No.100, Bringin, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50189. Ekspansi ini ditujukan untuk menjangkau konsumen di wilayah timur dan barat Kota Semarang yang memiliki potensi pasar yang besar. Kemudian pada tahun 2023, Gaia Shop kembali melakukan ekspansi dengan membuka cabang ketiganya dengan nama Gaia Peterongan, tepatnya di Jl. MT. Haryono No.976B, Lamper Kidul, Kec. Semarang Selatan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50249.

Lokasi ini dipilih karena berada di area yang strategis dan dekat dengan lingkungan pelajar serta mahasiswa. CV Gaia Shop memiliki visi untuk “menyediakan pakaian dengan model terkini yang ditujukan bagi

kalangan mahasiswa dengan harga yang sangat terjangkau.” Visi ini menjadi landasan utama dalam pengelolaan bisnis, mulai dari pemilihan produk, penetapan harga, hingga pelayanan terhadap pelanggan. Dengan semangat inovasi, pelayanan yang berkualitas, dan strategi ekspansi yang tepat sasaran, CV Gaia Shop Semarang terus berkembang dan menjadi salah satu toko pakaian favorit masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda dan mahasiswa di Kota Semarang dan sekitarnya.

2. Gambaran Umum Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah karyawan CV Gaia Shop Semarang, yang terdiri dari tiga cabang yaitu Gaia Malangsari sebanyak 17 orang, Splendid Ngaliyan sebanyak 17 orang, dan Gaia Peterongan sebanyak 16 orang. Total karyawan di seluruh cabang berjumlah 50 orang, namun yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 45 orang. Sebagian besar karyawan CV Gaia Shop Semarang merupakan mahasiswa yang berasal dari berbagai wilayah, dengan mayoritas berasal dari Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan, sementara sebagian lainnya adalah laki-laki, dengan rentang usia antara 21 hingga 25 tahun.

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara *online* pada tanggal 19 Mei 2025 sampai 22 Mei 2025 dengan jumlah data yang berhasil dikumpulkan sebanyak 45 sampel dari karyawan CV Gaia Shop Semarang. Berdasarkan analisis deskripsi terhadap data penelitian dilakukan menggunakan bantuan program *SPSS* versi 27.0 *for Windows*.

Tabel 8. Uji Deskripsi Data Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
QONA'AH	45	118,00	207,00	172,0000	20,80428
PERILAKU KONSUMTIF	45	21,00	57,00	37,8000	10,34760
Valid N (listwise)	45				

Berdasarkan hasil penelitian, skor terendah yang diperoleh responden pada skala qona'ah adalah 118, sedangkan skor tertingginya mencapai 207. Nilai rata-rata (mean) yang didapat sebesar 172 dengan standar deviasi sebesar 20,80428. Sedangkan pada skala perilaku konsumtif, skor terendah yang diperoleh adalah 21 dan skor tertinggi adalah 57. Selanjutnya nilai rata-rata (mean) yang diperoleh sebesar 37,8000 dan standar deviasi sebesar 10,34760. Selain menggunakan perhitungan statistik, deskripsi data penelitian juga dapat dianalisis secara manual untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi karyawan CV Gaia Shop Semarang, khususnya untuk mengetahui kategori masing-masing responden dalam variabel yang diteliti.

2. Analisis Data Deskripsi Penelitian Variabel Qona'ah

Analisis deskripsi memiliki tujuan untuk menggambarkan karakteristik subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang dikumpulkan pada kelompok subjek yang diteliti, tanpa bertujuan untuk pengujian hipotesis. Dari data tersebut dibutuhkan lagi perhitungan untuk menentukan:

- a. Nilai batas minimum, mengandaikan seluruh responden menjawab seluruh pertanyaan pada butir jawaban yang mempunyai skor terendah atau 1. Dengan jumlah 53 aitem. Sehingga batas nilai minimum adalah jumlah responden X (dikali) bobot pertanyaan X (dikali) bobot jawaban yaitu $1 \times 53 \times 1 = 53$

- b. Nilai batas maksimum dengan mengandaikan responden atau seluruh responden menjawab seluruh pertanyaan pada aitem yang mempunyai skor tinggi atau 4 dengan jumlah aitem 53. Sehingga nilai batas maksimum adalah jumlah responden X (dikali) bobot pertanyaan X (dikali) bobot jawaban yaitu $1 \times 53 \times 4 = 212$
- c. Jarak antara batas maksimum dan batas minimum adalah $212 - 53 = 159$
- d. Jarak interval merupakan hasil dari jarak keseluruhan dibagi jumlah kategori adalah $159 : 4 = 39,75$

Dengan perhitungan seperti itu akan diperoleh realitas sebagai berikut :

53	92,75	132,5	172,25	212
----	-------	-------	--------	-----

Gambar tersebut dibaca:

$53 - 92,75$	= tingkat qona'ah rendah
$92,75 - 132,5$	= tingkat qona'ah sedang
$132,5 - 172,25$	= tingkat qona'ah tinggi
$172,25 - 212$	= tingkat qona'ah sangat tinggi

Tabel 9. Klasifikasi Tingkat Qona'ah

No	Interval	Frekuensi	Kualitas	Kategori
1.	$53 - 92,75$	0	Rendah	Sangat Tinggi
2.	$92,75 - 132,5$	1	Sedang	
3.	$132,5 - 172,25$	19	Tinggi	
4.	$172,25 - 212$	25	Sangat Tinggi	

Hasil olahan data diatas dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu 1 karyawan (dengan interval skor nilai berkisar $92,75 - 132,5$) dalam kondisi tingkat qona'ah sedang, 19 karyawan (dengan interval skor nilai berkisar $132,5 - 172,25$) dalam kondisi tingkat qona'ah tinggi, dan 25 karyawan (dengan interval skor nilai $172,25 - 212$) dalam kondisi tingkat qona'ah sangat tinggi. Berdasarkan hasil penggolongan interval tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa karyawan di CV Gaia

Shop Semarang memiliki tingkat qona'ah yang sedang, tinggi, dan sangat tinggi.

3. Analisis Data Deskripsi Penelitian Variabel Perilaku Konsumtif

- a. Nilai batas minimum, mengandaikan seluruh responden menjawab seluruh pertanyaan pada butir jawaban yang mempunyai skor terendah atau 1. Dengan jumlah 21 aitem. Sehingga batas nilai minimum adalah jumlah responden X (dikali) bobot pertanyaan X (dikali) bobot jawaban yaitu $1 \times 21 \times 1 = 21$
- b. Nilai batas maksimum dengan mengandaikan responden atau seluruh responden menjawab seluruh pertanyaan pada aitem yang mempunyai skor tinggi atau 4 dengan jumlah aitem 21. Sehingga nilai batas maksimum adalah jumlah responden X (dikali) bobot pertanyaan X (dikali) bobot jawaban yaitu $1 \times 21 \times 4 = 84$
- c. Jarak antara batas maksimum dan batas minimum adalah $84 - 21 = 63$
- d. Jarak interval merupakan hasil dari jarak keseluruhan dibagi jumlah kategori adalah $63 : 4 = 15,75$

Dengan perhitungan seperti itu akan diperoleh realitas sebagai berikut :

$$\begin{array}{cccccc} 21 & 36,75 & 52,5 & 68,25 & 84 \\ \hline \end{array}$$

Gambar tersebut dibaca:

- $21 - 36,75$ = tingkat perilaku konsumtif rendah
- $36,75 - 52,5$ = tingkat perilaku konsumtif sedang
- $52,5 - 68,25$ = tingkat perilaku konsumtif tinggi
- $68,25 - 84$ = tingkat perilaku konsumtif sangat tinggi

Tabel 10. Klasifikasi Tingkat Perilaku Konsumtif

No	Interval	Frekuensi	Kualitas	Kategori
1.	21 – 36,75	18	Rendah	Sedang
2.	36,75 – 52,5	23	Sedang	
3.	52,5 – 68,25	4	Tinggi	
4.	68,25 – 84	0	Sangat Tinggi	

Hasil olahan data diatas dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu 18 karyawan (dengan interval skor nilai berkisar 21 – 36,75) dalam kondisi tingkat perilaku konsumtif rendah, 23 karyawan (dengan interval skor nilai berkisar 36,75 – 52,5) dalam kondisi tingkat perilaku konsumtif sedang, dan 4 karyawan (dengan interval skor nilai 52,5 – 68,25) dalam kondisi tingkat perilaku konsumtif tinggi. Berdasarkan hasil penggolongan interval tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa karyawan di CV Gaia Shop Semarang memiliki tingkat perilaku konsumtif yang rendah, sedang, dan tinggi.

4. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah data dalam suatu sampel memiliki distribusi yang normal. Data dianggap berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih dari 0,05 (Sig. > 0,05). Namun, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p < 0,05$), maka data tersebut dianggap tidak berdistribusi normal. Data uji normalitas dinyatakan dalam tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality			
	Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.
QONA'AH	0,962	45	0,150
PERILAKU KONSUMTIF	0,960	45	0,118

Dari tabel diatas diperoleh bahwa signifikansi adalah 0,150 dan 0,118 sedangkan menurut pedoman pengambilan keputusan adalah ketika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan berdistribusi normal, sedangkan hasil yang diperoleh dari uji normalitas diatas ialah 0,150 dan 0,118 yang mana lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan berdistribusi normal, maka pengujian korelasi menggunakan metode korelasi *product moment* dengan program SPSS 27.0 for Windows.

5. Hasil Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel yang akan diteliti. Selain itu bertujuan untuk mengetahui jenis hubungan antar variabel X dan Y dapat bersifat positif maupun negatif.⁷⁸ Dalam penelitian ini uji korelasi bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk menguji adanya korelasi negatif antara qona'ah dengan perilaku konsumtif pada karyawan di CV Gaia Shop Semarang.

⁷⁸ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 228

Tabel 12. Hasil Uji Korelasi

Correlations			
		QONA'AH	PERILAKU KONSUMTIF
QONA'AH	Pearson Correlation	1	-.822**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	45	45
PERILAKU KONSUMTIF	Pearson Correlation	-.822**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	45	45

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

Berdasarkan hasil uji korelasi di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi antara variabel Qona'ah dan Perilaku Konsumtif sebesar -0,822 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p<0,05$). Hasil uji korelasi membuktikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Koefisien korelasi yang bernilai negatif menunjukkan arah hubungan yang berlawanan, yaitu semakin tinggi tingkat qona'ah seseorang, maka tingkat perilaku konsumtifnya cenderung menurun, dan sebaliknya. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti terdapat hubungan negatif yang signifikan antara qona'ah dan perilaku konsumtif pada karyawan di CV Gaia Shop Semarang.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis korelasi yang dilakukan, diperoleh nilai koefisien korelasi pearson sebesar -0,822 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p<0,05$). Hasil uji korelasi membuktikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Nilai tersebut

menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara variabel qona'ah dengan perilaku konsumtif pada karyawan di CV Gaia Shop Semarang. Artinya, semakin tinggi tingkat qona'ah yang dimiliki oleh karyawan, maka perilaku konsumtifnya cenderung menurun. Sebaliknya, semakin rendah tingkat qona'ah, maka perilaku konsumtif cenderung meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Emi Wahyuni Nasution⁷⁹ yang berjudul “Hubungan Antara Qona’ah dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Kota Pekanbaru”. Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara qona'ah dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kota Pekanbaru. Berdasarkan analisis korelasi *Pearson Product Moment*, diperoleh nilai koefisien korelasi $r = -0,554$ dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Sedangkan dalam penelitian ini diperoleh nilai koefisien korelasi $r = -0,822$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Meskipun hasil korelasi dalam penelitian tersebut juga menunjukkan hubungan negatif yang signifikan, nilai korelasi dalam penelitian ini ($r = -0,822$) lebih tinggi, sehingga hubungan antara qona'ah dan perilaku konsumtif pada karyawan CV Gaia Shop lebih kuat dibandingkan dengan remaja di Pekanbaru.

Perbedaan kekuatan hubungan ini disebabkan beberapa faktor, salah satunya adalah perbedaan pada subjek penelitian. Penelitian yang dilakukan sebelumnya, subjek penelitian yang dilakukan pada remaja dengan latar belakang yang lebih beragam, baik dari segi aktivitas ekonomi ataupun tanggung jawab finansial. Sedangkan penelitian ini memilih subjek yang diteliti adalah karyawan di CV Gaia Shop Semarang yang secara langsung terlibat dalam dunia kerja dan pemasaran produk, sehingga lebih dekat dengan godaan konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, ruang lingkup penelitian ini yang lebih spesifik dan terbatas, yaitu hanya pada karyawan CV Gaia Shop Semarang, turut berkontribusi terhadap kuatnya korelasi yang ditemukan. Subjek dengan latar belakang pekerjaan yang

⁷⁹Nasution Emi Wahyuni, “Hubungan Antara Qana’ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Kota Pekanbaru,” 2020, hal.16.

sama dan lingkungan kerja yang serupa memungkinkan hasil yang lebih homogen dan memperjelas hubungan antar variabel yang diteliti.

Qona'ah merupakan sikap menerima dengan ikhlas segala pemberian Allah SWT disertai keyakinan bahwa hanya Allah-lah yang memiliki kekuasaan mutlak atas hidup manusia. Sikap ini mengajarkan untuk tetap sabar ketika menghadapi keadaan yang tidak sesuai harapan, dan selalu bersyukur atas nikmat yang diterima, karena nikmat tersebut bisa saja dicabut sewaktu-waktu. Meskipun demikian, qona'ah tidak berarti pasrah tanpa usaha. Islam tetap menganjurkan umatnya untuk bekerja keras, berikhtiar, dan tidak berpangku tangan, karena selama seseorang masih hidup, ia memiliki tanggung jawab untuk menjalankan kewajibannya di dunia.⁸⁰

Sedangkan menurut Sumartono menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan gaya hidup mewah dan berlebihan, di mana orang cenderung memilih barang yang paling mahal untuk mendapatkan kepuasan fisik semata, bukan kebutuhan.⁸¹ Lina & Rosyid berpendapat bahwa perilaku konsumtif terjadi saat seseorang membeli barang bukan karena kebutuhan, tapi karena keinginan berlebihan.⁸²

Berdasarkan hasil olahan data secara statistik pada variabel qona'ah dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu 1 karyawan (dengan interval skor nilai berkisar 92,75 – 132,5) dalam kondisi tingkat qona'ah sedang, 19 karyawan (dengan interval skor nilai berkisar 132,5 – 172,25) dalam kondisi tingkat qona'ah tinggi, dan 25 karyawan (dengan interval skor nilai 172,25 - 212) dalam kondisi tingkat qona'ah sangat tinggi.

Selain itu, hasil olahan data secara statistik pada variabel perilaku konsumtif dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu 18 karyawan (dengan interval skor nilai berkisar 21 – 36,75) dalam kondisi tingkat perilaku konsumtif rendah, 23 karyawan (dengan interval skor nilai berkisar 36,75 – 52,5) dalam kondisi tingkat perilaku konsumtif sedang, dan 4 karyawan

⁸⁰ Hamka. 2015. *Tasawuf Modern*. Jakarta: Replubika Penerbit.

⁸¹ Rita Martini et al., "Pengaruh Kecanduan Game Online terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Pengguna Game Online," *Jurnal Riset Terapan Akuntansi* 2, no. 2 (2018): 169–81.

⁸² Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4)

(dengan interval skor nilai 52,5 – 68,25) dalam kondisi tingkat perilaku konsumtif tinggi.

Dari hasil olahan data secara statistik kedua variabel menunjukkan bahwa karyawan CV Gaia Shop yang memiliki nilai qona'ah yang sangat tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang sedang. Hal ini terlihat dari data deskriptif yang menunjukkan mayoritas responden berada pada kategori qona'ah sedang hingga sangat tinggi, dan perilaku konsumtif rendah hingga tinggi. Temuan ini mendukung hipotesis penelitian bahwa semakin tinggi tingkat qona'ah seseorang, maka semakin rendah kecenderungan berperilaku konsumtif, dan sebaliknya. Selain itu, bahwa nilai-nilai spiritual dan religius seperti qona'ah dapat menjadi faktor penting dalam membentuk pola konsumsi yang lebih bijak dan supaya bisa mengontrol perilaku konsumtif khususnya di lingkungan kerja yang berkaitan langsung dengan produk konsumsi seperti di CV Gaia Shop Semarang.

Dengan demikian, teori dari Sulthoni⁸³ juga menguatkan hasil penelitian ini, bahwa memiliki sifat qona'ah bukan berarti menghindari seluruh bentuk kenikmatan duniawi, melainkan mengendalikan diri untuk tidak berlebih-lebihan. Orang yang qona'ah akan membeli barang yang memang dibutuhkan, bukan karena pengaruh gaya hidup atau tren konsumsi. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya membuktikan secara statistik adanya hubungan negatif yang signifikan antara qona'ah dan perilaku konsumtif, tetapi juga memperkuat bahwa nilai-nilai spiritual dan religius seperti qona'ah dapat menjadi mekanisme pengendalian diri terhadap gaya hidup konsumtif yang semakin meluas, terutama di lingkungan kerja yang dekat dengan tren fashion dan konsumtif setiap harinya.

⁸³ Tahar Rachman, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam : Teori Dan Praktek," *Sulthoni, Hasan*, 2015, 231–50.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil data penelitian yang berjudul “Studi Korelasional Hubungan Qonaah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Karyawan Di CV Gaia Shop” sebanding dengan rumusan masalah yang telah ada, maka dapat disimpulkan bahwa hasil hipotesis yang diperoleh nilai koefisien korelasi antara variabel Qona’ah dan Perilaku Konsumtif sebesar -0,822 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p<0,05$). Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Koefisien korelasi yang bernilai negatif menunjukkan arah hubungan yang berlawanan, yaitu semakin tinggi tingkat qona’ah seseorang, maka tingkat perilaku konsumtifnya cenderung menurun, dan sebaliknya. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti terdapat hubungan negatif yang signifikan antara qona’ah dan perilaku konsumtif pada karyawan di CV Gaia Shop Semarang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan subjek penelitian pada sektor pekerja lain agar memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai hubungan qona’ah dengan perilaku konsumtif di lingkungan kerja yang berbeda. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain untuk melihat perubahan qona’ah dan perilaku konsumtif dalam jangka waktu tertentu. Bagi mahasiswa Tasawuf dan Psikoterapi, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam memahami peran qona’ah sebagai konsep psikospiritual dalam pengendalian perilaku konsumtif dan sebagai dasar praktik intervensi psikoterapi. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memotivasi penelitian lanjutan dalam bidang tasawuf dan psikoterapi untuk mengembangkan instrumen pengukuran qona’ah yang lebih spesifik pada lingkungan kerja sehingga relevansi hasil penelitian semakin tinggi dan lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahadi, G. D., & Zain, N. N. L. E. (2023). Pemeriksaan Uji Kenormalan dengan Kolmogorov-Smirnov, Anderson-Darling dan Shapiro-Wilk. *Eigen Mathematics Journal*, 11-19.
- Ahmad Dhiyaul Haq, Imam Santoso, and Zahra Ajub Julian Macrina, “Estimasi Signal To Noise Ratio (SNR) Menggunakan Metode Korelasi,” *Transient* 1, no. 4 (2012): 1–8.
- Akbar Muhammad Ilham, “Hubungan Antara Qona'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh,” Skripsi, 2022.
- Al-Faruq, U. (2012). Dahsyatnya Ikhlas Sabar Qana'ah. Surakarta: Ziyad.
- Anggraini Laura Putri and Hudaniah Hudaniah, “Hubungan Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Rantau,” *Cognicia* 11, no. 2 (2023): 140–48, <https://doi.org/10.22219/cognicia.v11i2.28074>.
- Awaludin Ahya, “Eksplorasi Dan Pengembangan Skala Qana’ah Dengan Pendekatan Spiritual Indigenous,” *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 7, no. 1 (2019): 13–27, <https://doi.org/10.22219/jipt.v7i1.7834>.
- Azzahidatul ’ Ulya, Octavia Nindya Putri, and Widia Aulia Naylawati, “Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Mahasiswa,” *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, 1300–1308.
- Bawono dkk., “Hubungan antara Perilaku Konsumtif pada Produk X dengan Citra Diri Remaja Putri,” *Mediapsi* 02, no. 01 (2016): 45–50, <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2016.002.01.6>.
- Dany Luqyana Idris, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Uin Mataram Pada Trend Fashion (Pakaian),” *Jurnal Impresi Indonesia* 1, no. 6 (2022): 638–47, <https://doi.org/10.36418/jii.v1i6.114>.
- Dela Septiansari and Trisni Handayani, “Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19,” *Teknologi* 5, no. 1 (2021): 53–65, <http://journal.lembagakita.org>.
- Duhani Miranti, “Hubungan Qona’ah Dan Syukur Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja,” *Skripsi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*, 2022.

- Duriawati, “Hubungan Antara Qona’ah Dengan Kepuasan Hidup Pada Mahasiswa Yang Kuliah Sambil Bekerja Di Universitas Muhammadiyah Pekanbaru.”
- Dwi Duriawati, “Hubungan Antara Qona’ah Dengan Kepuasan Hidup Pada Mahasiswa Yang Kuliah Sambil Bekerja Di Universitas Muhammadiyah Pekanbaru,” 2019.
- Evianah Evianah, Dwi Indah Mustikorini, and Kharis Marpurdianto, “Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 835, <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12766>.
- Hajjaj, Muhammad Fauqi. 2013. *Tasawuf Islam & Akhlak*. Jakarta: Mathba’ah Al-Fajr Al-Jadid.
- Hamka. 2015. *Tasawuf Modern*. Jakarta: Replubika Penerbit.
- Ismawan Mitron Bayu, dll, “Pengaruh Media Sosial dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada *Online Shop*” 5, no. 1 (2023): 32–41.
- Kurniawan Agus, “Pengaruh Antara Qanaah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau,” *Kaos GL Dergisi* 8, no. 75 (2020): 147–54.
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4)
- Miranti, “Hubungan Qona’ah Dan Syukur Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja.”
- Mohammed Farid Ali, “Contentment (Qana’ah) and Its Role in Curbing Social and Environmental Problems,” *ICR Journal* 5, no. 3 (2014): 430–45, <https://doi.org/10.52282/icr.v5i3.391>.
- Mukhid, A. (2021). Metodologi penelitian pendekatan kuantitatif. Jakad Media Publishing.
- Murasmutia, Azalea dkk., “Hubungan Antara Citra Tubuh dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Pakaian pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta,” hlm. 207-208.

- Nasution Emi Wahyuni, "Hubungan Antara Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Kota Pekanbaru," 2020, hal.16.
- Neka Fitriyah, "Iklan Televisi Dan Perilaku Konsumtif Anak-Anak (Studi Kasus Pada Siswa SDN 13 Serang)," *CommLine* 6, no. 1 (2015): 11, <https://doi.org/10.36722/cl.v6i1.602>.
- Novandina Izzatillah Firdausi, "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif," *Kaos GL Dergisi* 8, no. 75 (2020): 147–54, <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798> <https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002> <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049> <http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391> <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
- Nurjannah Nurjannah, Nurdiana Nurdiana, and Andi Tenri Ampa, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Sebagai Dampak Perkembangan E-Commerce," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 11, no. 2 (2023): 186–92, <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n2.p186-192>.
- Nurul Alaiyah, "Konsep Hidup Minimalis Dalam Perspektif Al-Qur'an," *UIN Ar-Raniry*, 2021, 2.
- Payadnya, I. P. A. A., & Jayantika, I. G. A. N. T. (2018). Panduan penelitian eksperimen beserta analisis statistik dengan spss. Deepublish.
- Perilaku Konsumtif and Pada Remaja, "Hubungan Qona'ah Dan Syukur Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja," 2022.
- Reiza Julitasari, "Hubungan Antara Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMA Plus Negeri 2 Banyuasin III," *Skripsi*, 2017.
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.
- Ririn Anggreini, dll "Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif," *Jurnal Psikologi* 12, no. 1 (2014): 34–42.
- Rita Martini et al., "Pengaruh Kecanduan Game Online terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Pengguna Game Online," *Jurnal Riset Terapan Akuntansi* 2, no. 2 (2018): 169–81.
- Rusdi, A. (2016). Qana'ah dalam Psikologi Islam dan Konstruk alat ukurnya. Jakarta: Republika Penerbit.

- S Mahmudah Noorhayati, “Konsep Qona’Ah Dalam Mewujudkan Keluarga Sakinah Mawaddah Dan Rahmah,” *Konseling Religi Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 7, no. 2 (2017): 59, <https://doi.org/10.21043/kr.v7i2.1861>.
- S Mahmudah Noorhayati, “Konsep Qona’ah Dalam Mewujudkan Keluarga Sakinah Mawaddah Dan Rahmah,” *Konseling Religi Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 7, no. 2 (2017): 59
- Santoso, I., Madiistriyatno, H., & Rachmatullah, A. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Indigo Media.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). SPSS vs LISREL: sebuah pengantar, aplikasi untuk riset. Jakarta: salemba empat, 5(2), 23-34.
- Shalahudin. 2013. “Qona’ah dalam Perspektif Islam” Edu-Math. Vol. 4.
- Sufrihana Rombe, “Hubungan Body Image dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku KRombe, S. (2013). Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 1(4), 228–236. <https://doi.or>,” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 1, no. 4 (2013): 228–36.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, Cet.IV), Op.Cit, h. 136
- Sugiyono. (2021). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), h. 174
- Sumartono. (2002). Terperangkap dalam Iklan. Bandung: Alfabeta
- Syaifuddin Azwar(2021), Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tahar Rachman, “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam : Teori Dan Praktek,” *Sulthoni, Hasan*, 2015, 231–50.
- Ulya, Putri, and Naylawati, “Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Mahasiswa.”
- Van Hoeve.(2005). Ensiklopedi Islam. Jakarta : PT Ichtiar Baru.
- Wahyu Tri Utami, dll. “Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Gopay Di Surakarta,” *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* 2 (2023): 350–59, <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.140>.

- Wahyudi, “Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza,” *EJournal Sosiologi*. 1, no. 4 (2013): 26–36.
- Yayang Syania Sabilla Taqwa and Imam Mukhlis, “Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z,” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 11,no.07(2022):831,
<https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i07.p08>.
- Yusmansyah, T. (2008). Akidah dan Akhlak; untuk Kelas VIII Madrasah Tsanawiyah. Jakarta : Grafindo Media Pratama.

LAMPIRAN

Lampiran A: Skala Uji Coba Qonah'ah dan Perilaku Konsumtif

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. NAMA :
2. USIA :
3. JENIS KELAMIN :
4. BERAPAKALAMABEKERJA :

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Tidak ada jawaban benar ataupun salah.
2. Jawablah pernyataan ini dengan jujur sesuai dengan keadaan yang anda rasakan.
3. Bacalah dengan teliti pada setiap aitem, dan pilihlah jawaban yang telah di sediakan sesuai dengan kondisi yang anda rasakan.
4. Pilihan jawaban
 - a. Sangat Sesuai : SS
 - b. Sesuai : S
 - c. Tidak Sesuai : TS
 - d. Sangat Tidak Sesuai : STS
5. Selamat Mengerjakan

SKALA I (QONA'AH):

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya tidak merasa perlu memiliki lebih banyak barang untuk merasa bahagia				
2	Saya merasa tidak puas jika belum memiliki barang-barang terbaru.				
3	Saya bersyukur atas apa yang saya punya dan tidak iri dengan kepemilikan orang lain.				
4	Saya sering membandingkan apa yang saya miliki dengan orang lain dan merasa kurang.				
5	Saya tetap bersyukur meskipun apa yang saya terima tidak sesuai harapan.				

6	Saya sering marah atau kesal ketika hasil yang saya terima tidak sesuai ekspektasi.			
7	Saya tetap merasa tenang ketika menghadapi situasi yang tidak sesuai harapan.			
8	Saya sering merasa putus asa jika kenyataan tidak berjalan sesuai dengan keinginan saya.			
9	Saya merasa cukup dengan apa yang saya miliki tanpa menginginkan milik orang lain.			
10	Saya ingin memiliki barang yang sama dengan yang dimiliki orang lain.			
11	Saya tidak tergoda untuk memiliki barang yang dimiliki orang lain			
12	Saya sering membandingkan kepemilikan saya dengan orang lain dan berharap bisa seperti mereka.			
13	Saya percaya bahwa setiap usaha akan ada hasilnya meskipun belum terlihat sekarang.			
14	Saya cenderung putus asa ketika usaha yang saya lakukan tidak memberikan hasil maksimal.			
15	Saya tetap semangat walaupun hasil yang saya peroleh belum sesuai dengan kerja keras saya.			
16	Saya merasa sia-sia bekerja keras jika hasilnya tidak sesuai yang saya inginkan.			
17	Saya bekerja keras untuk mencapai apa yang saya inginkan tanpa bergantung pada orang lain.			
18	Saya lebih sering berharap keberuntungan daripada bekerja keras untuk meraih tujuan.			
19	Saya percaya bahwa kerja keras adalah kunci untuk mencapai keinginan saya.			
20	Saya tidak merasa perlu bersusah payah untuk mendapatkan apa yang saya inginkan.			

21	Saya berdoa dengan sewajarnya tanpa menuntut sesuatu yang berlebihan dari Allah.			
22	Saya merasa doa saya belum cukup jika belum meminta semua hal yang saya inginkan.			
23	Saya memohon kepada Allah sesuai kebutuhan, bukan sekadar keinginan dunia yang berlebih.			
24	Saya sering berdoa dengan permintaan berlebihan, meskipun tahu itu sulit saya capai.			
25	Saya percaya bahwa kegagalan yang saya alami adalah bagian dari rencana baik Allah.			
26	Saya merasa sulit menerima kenyataan jika sesuatu tidak berjalan sesuai keinginan saya.			
27	Saya percaya bahwa segala sesuatu yang terjadi adalah yang terbaik menurut Allah, meskipun saya belum memahaminya sekarang.			
28	Saya sering menganggap peristiwa buruk sebagai nasib sial, bukan sebagai pelajaran.			
29	Saya merasa bahagia dan berterima kasih kepada Allah ketika mendapatkan rezeki.			
30	Saya sering lupa bersyukur kepada Allah saat menerima nikmat.			
31	Saya menyadari bahwa setiap kenikmatan yang saya terima adalah karunia dari Allah.			
32	Saya jarang mengingat Allah saat mendapatkan kenikmatan dalam hidup.			
33	Saya menerima segala pemberian Allah dengan perasaan senang dan lapang dada.			
34	Saya merasa sedih jika yang saya dapatkan tidak sesuai dengan harapan saya.			

35	Saya merasa bahagia dengan apa pun yang Allah berikan kepada saya.			
36	Saya merasa Allah belum memberi saya apa yang saya butuhkan secara cukup.			
37	Saya menerima ujian hidup dengan ikhlas karena yakin ada hikmah di baliknya.			
38	Saya merasa hidup ini tidak adil ketika hal buruk menimpa saya.			
39	Saya menyerahkan hasil dari setiap usaha saya kepada Allah setelah berikhtiar.			
40	Saya cenderung menyalahkan keadaan atau takdir saat menghadapi kegagalan.			
41	Saya selalu berdoa kepada Allah sebelum dan sesudah melakukan usaha.			
42	Saya sering lupa melibatkan Allah dalam usaha saya sehari-hari.			
43	Saya tidak hanya bergantung pada usaha, tetapi juga berserah diri kepada Allah.			
44	Saya jarang berdoa ketika sedang mengejar keinginan atau tujuan.			
45	Saya terbiasa menjadikan Allah sebagai tempat bergantung utama dalam setiap keadaan.			
46	Saya lebih sering mencari bantuan orang lain terlebih dahulu sebelum berdoa kepada Allah.			
47	Saya percaya bahwa pertolongan Allah adalah yang paling utama sebelum meminta bantuan dari manusia.			
48	Saya merasa bantuan manusia lebih nyata daripada pertolongan Allah dalam menghadapi masalah.			

49	Saya tidak terlalu mengejar harta dan kedudukan karena sadar semuanya hanya sementara.			
50	Saya merasa harus memiliki kekayaan dan jabatan agar hidup saya dianggap berhasil.			
51	Saya lebih mengutamakan ketenangan batin daripada pencapaian dunia yang berlimpah.			
52	Saya merasa gagal jika belum mendapatkan apa yang dimiliki oleh orang-orang sukses secara materi.			
53	Saya meyakini bahwa kesuksesan sejati adalah ketika dunia dan akhirat dapat diraih bersama.			
54	Saya jarang memikirkan dampak akhirat dari setiap keputusan yang saya ambil dalam hidup.			
55	Saya menyempatkan waktu untuk beribadah meskipun memiliki banyak aktivitas duniawi.			
56	Saya merasa akhirat bisa dipikirkan nanti, yang penting saat ini sukses di dunia terlebih dahulu.			
57	Saya percaya bahwa kebahagiaan tidak selalu ditentukan oleh harta dan kekayaan.			
58	Saya rela melakukan apa saja asalkan bisa mendapatkan kekayaan.			
59	Saya tidak menjadikan uang sebagai satu-satunya ukuran kesuksesan hidup.			
60	Saya menganggap materi sebagai hal paling penting dalam hidup ini.			

SKALA II (PERILAKU KONSUMTIF):

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
61	Saya sering membeli barang yang lucu hanya karena melihatnya di media sosial				
62	Saya mempertimbangkan manfaat jangka panjang sebelum membeli suatu barang.				
63	Saya sering membeli suatu produk karena tertarik dengan promosi dan diskon mendadak				
64	Saya menunda membeli sesuatu jika itu bukan kebutuhan yang mendesak.				
65	Saya lebih memilih membeli barang mewah daripada barang biasa dengan fungsi yang sama.				
66	Saya membandingkan harga dan kualitas terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli sesuatu.				
67	Saya lebih memilih menghabiskan uang untuk barang-barang konsumtif daripada menabung untuk masa depan				
68	Saya berpikir dengan matang sebelum melakukan pembelian agar tidak menyesal.				
69	Saya sering membeli barang yang sedang tren meskipun masih memiliki barang serupa				
70	Saya selalu berusaha mengatur pengeluaran agar tidak melebihi kebutuhan.				
71	Saya suka membeli pakaian yang sama dengan selebgram atau tiktokers yang saya ikuti meskipun harganya lebih mahal				
72	Saya menggunakan uang dengan bijak dan tidak berlebihan.				

73	Saya merasa puas dan senang setelah membeli barang baru, meskipun sebenarnya tidak terlalu membutuhkannya			
74	Saya menahan diri untuk tidak membeli barang yang tidak penting.			
75	Saya sering membeli baju ketika ada model terbaru di toko meskipun tidak saya butuhkannya.			
76	Saya hanya membeli barang yang benar-benar saya butuhkan.			
77	Saya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan produk dari brand terkenal.			
78	Saya merasa cukup dan tidak perlu membeli sesuatu hanya untuk merasa puas sesaat.			
79	Saya sering membeli barang tertentu untuk menghibur diri saat merasa sedih atau stress			
80	Saya merasa lebih puas ketika membeli barang dengan uang hasil tabungan sendiri			
81	Saya membeli barang bermerek agar terlihat lebih berkelas di depan teman atau rekan kerja			
82	Saya tidak merasa malu meskipun tidak menggunakan baju bermerk seperti teman-teman lainnya			
83	Saya sering membeli barang tertentu untuk menunjukkan status sosial saya			
84	Saya tidak gengsi apabila membeli barang dengan harga yang lebih murah			

Lampiran B: Tabulasi Data Uji Coba Skala Qona'ah dan Perilaku Konsumtif

Tabulasi Data Uji Coba Skala Qona'ah

Tabulasi Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	JUMLAH
1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	2	1	1	1	2	1	33
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	46
3	2	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	32
4	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	32
5	1	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	56
6	1	2	1	2	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
7	1	3	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	1	1	2	1	4	1	40
8	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	4	2	1	1	1	32
9	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	50
10	2	2	3	3	4	4	1	2	3	2	2	2	3	3	2	2	4	4	1	1	4	4	1	2	61
11	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	60
12	2	3	1	2	1	1	2	2	1	1	2	3	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	38
13	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	30
14	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	40
15	3	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	1	2	2	2	2	2	52
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	48
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	27
18	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	58
19	1	1	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	34
20	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	4	1	2	1	1	34
21	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27
22	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	41
23	1	1	1	1	1	2	1	2	1	4	2	3	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	38
24	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	36
25	4	3	1	1	3	4	1	2	4	4	1	2	4	3	2	1	2	4	1	1	3	4	1	1	57
26	4	4	1	1	2	2	2	3	4	2	1	2	4	2	1	2	2	4	3	1	2	2	2	1	54
27	1	1	1	1	4	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	1	2	4	4	2	1	2	2	2	42
28	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	4	3	1	1	1	1	32
29	3	3	1	1	3	1	1	1	3	2	1	2	2	2	1	1	1	3	3	2	2	2	2	2	46
30	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	1	3	2	2	1	2	2	1	41

**Lampiran C: Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen
Uji Validitas Skala Qona'ah**

		TOTAL
X01	Pearson Correlation	0,348
	Sig. (2-tailed)	0,060
	N	30
X02	Pearson Correlation	.457*
	Sig. (2-tailed)	0,011
	N	30
X03	Pearson Correlation	.597**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X04	Pearson Correlation	.444*
	Sig. (2-tailed)	0,014
	N	30
X05	Pearson Correlation	.587**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X06	Pearson Correlation	.385*
	Sig. (2-tailed)	0,036
	N	30
X07	Pearson Correlation	.379*
	Sig. (2-tailed)	0,039
	N	30
X08	Pearson Correlation	.441*
	Sig. (2-tailed)	0,015
	N	30
X09	Pearson Correlation	.505**

	Sig. (2-tailed)	0,004
	N	30
X10	Pearson Correlation	.405*
	Sig. (2-tailed)	0,026
	N	30
X11	Pearson Correlation	.610**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X12	Pearson Correlation	.508**
	Sig. (2-tailed)	0,004
	N	30
X13	Pearson Correlation	.589**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X14	Pearson Correlation	.581**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X15	Pearson Correlation	.492**
	Sig. (2-tailed)	0,006
	N	30
X16	Pearson Correlation	.684**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X17	Pearson Correlation	.601**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X18	Pearson Correlation	.496**

	Sig. (2-tailed)	0,005
	N	30
X19	Pearson Correlation	.491**
	Sig. (2-tailed)	0,006
	N	30
X20	Pearson Correlation	.446*
	Sig. (2-tailed)	0,014
	N	30
X21	Pearson Correlation	.393*
	Sig. (2-tailed)	0,032
	N	30
X22	Pearson Correlation	.607**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X23	Pearson Correlation	0,263
	Sig. (2-tailed)	0,160
	N	30
X24	Pearson Correlation	0,085
	Sig. (2-tailed)	0,656
	N	30
X25	Pearson Correlation	.656**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X26	Pearson Correlation	.521**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
X27	Pearson Correlation	.364*

	Sig. (2-tailed)	0,048
	N	30
X28	Pearson Correlation	.566**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X29	Pearson Correlation	.633**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X30	Pearson Correlation	.722**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X31	Pearson Correlation	.424*
	Sig. (2-tailed)	0,019
	N	30
X32	Pearson Correlation	.430*
	Sig. (2-tailed)	0,018
	N	30
X33	Pearson Correlation	.600**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X34	Pearson Correlation	.772**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X35	Pearson Correlation	.488**
	Sig. (2-tailed)	0,006
	N	30
X36	Pearson Correlation	.550**

	Sig. (2-tailed)	0,002
	N	30
X37	Pearson Correlation	.647**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X38	Pearson Correlation	.454*
	Sig. (2-tailed)	0,012
	N	30
X39	Pearson Correlation	.498**
	Sig. (2-tailed)	0,005
	N	30
X40	Pearson Correlation	.465**
	Sig. (2-tailed)	0,010
	N	30
X41	Pearson Correlation	.641**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X42	Pearson Correlation	0,308
	Sig. (2-tailed)	0,098
	N	30
X43	Pearson Correlation	.368*
	Sig. (2-tailed)	0,045
	N	30
X44	Pearson Correlation	.515**
	Sig. (2-tailed)	0,004
	N	30
X45	Pearson Correlation	.560**

	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
X46	Pearson Correlation	.651**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X47	Pearson Correlation	.528**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
X48	Pearson Correlation	.599**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X49	Pearson Correlation	0,286
	Sig. (2-tailed)	0,125
	N	30
X50	Pearson Correlation	0,303
	Sig. (2-tailed)	0,103
	N	30
X51	Pearson Correlation	.462*
	Sig. (2-tailed)	0,010
	N	30
X52	Pearson Correlation	.374*
	Sig. (2-tailed)	0,042
	N	30
X53	Pearson Correlation	.537**
	Sig. (2-tailed)	0,002
	N	30
X54	Pearson Correlation	.502**

	Sig. (2-tailed)	0,005
	N	30
X55	Pearson Correlation	.369*
	Sig. (2-tailed)	0,045
	N	30
X56	Pearson Correlation	.638**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X57	Pearson Correlation	.667**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X58	Pearson Correlation	.520**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
X59	Pearson Correlation	.615**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X60	Pearson Correlation	0,151
	Sig. (2-tailed)	0,426
	N	30
TOTAL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

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

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

Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif

		TOTAL
Y01	Pearson Correlation	.628**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y02	Pearson Correlation	0,256
	Sig. (2-tailed)	0,171
	N	30
Y03	Pearson Correlation	.368*
	Sig. (2-tailed)	0,045
	N	30
Y04	Pearson Correlation	.447*
	Sig. (2-tailed)	0,013
	N	30
Y05	Pearson Correlation	.600**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y06	Pearson Correlation	.702**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y07	Pearson Correlation	.446*
	Sig. (2-tailed)	0,014
	N	30
Y08	Pearson Correlation	.688**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y09	Pearson Correlation	.865**

	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y10	Pearson Correlation	.534**
	Sig. (2-tailed)	0,002
	N	30
Y11	Pearson Correlation	.489**
	Sig. (2-tailed)	0,006
	N	30
Y12	Pearson Correlation	.594**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
Y13	Pearson Correlation	.788**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y14	Pearson Correlation	.873**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y15	Pearson Correlation	.619**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y16	Pearson Correlation	.659**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y17	Pearson Correlation	.621**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y18	Pearson Correlation	.565**
	Sig. (2-tailed)	0,001

	N	30
Y19	Pearson Correlation	-0,171
	Sig. (2-tailed)	0,368
	N	30
Y20	Pearson Correlation	.457*
	Sig. (2-tailed)	0,011
	N	30
Y21	Pearson Correlation	.865**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y22	Pearson Correlation	.829**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y23	Pearson Correlation	0,121
	Sig. (2-tailed)	0,524
	N	30
Y24	Pearson Correlation	.565**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
TOTAL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

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

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

Reliabilitas Skala Qona'ah
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,944	60

Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,895	24

Lampira D: Skala Penelitian Qona'ah dan Perilaku Konsumtif

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. NAMA :
2. USIA :
3. JENIS KELAMIN :
4. BERAPPA LAMA BEKERJA :

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Tidak ada jawaban benar ataupun salah.
2. Jawablah pernyataan ini dengan jujur sesuai dengan keadaan yang anda rasakan.
3. Bacalah dengan teliti pada setiap aitem, dan pilihlah jawaban yang telah di sediakan sesuai dengan kondisi yang anda rasakan.
4. Pilihan jawaban
 - a. Sangat Sesuai : SS
 - b. Sesuai : S
 - c. Tidak Sesuai : TS
 - d. Sangat Tidak Sesuai : STS
5. Selamat mengerjakan

SKALA PENELITIAN I (QONA'AH):

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa tidak puas jika belum memiliki barang-barang terbaru.				
2	Saya bersyukur atas apa yang saya punya dan tidak iri dengan kepemilikan orang lain.				
3	Saya sering membandingkan apa yang saya miliki dengan orang lain dan merasa kurang.				
4	Saya tetap bersyukur meskipun apa yang saya terima tidak sesuai harapan.				
5	Saya sering marah atau kesal ketika hasil yang saya terima tidak sesuai ekspektasi.				

6	Saya tetap merasa tenang ketika menghadapi situasi yang tidak sesuai harapan.			
7	Saya sering merasa putus asa jika kenyataan tidak berjalan sesuai dengan keinginan saya.			
8	Saya merasa cukup dengan apa yang saya miliki tanpa menginginkan milik orang lain.			
9	Saya ingin memiliki barang yang sama dengan yang dimiliki orang lain.			
10	Saya tidak tergoda untuk memiliki barang yang dimiliki orang lain			
11	Saya sering membandingkan kepemilikan saya dengan orang lain dan berharap bisa seperti mereka.			
12	Saya percaya bahwa setiap usaha akan ada hasilnya meskipun belum terlihat sekarang.			
13	Saya cenderung putus asa ketika usaha yang saya lakukan tidak memberikan hasil maksimal.			
14	Saya tetap semangat walaupun hasil yang saya peroleh belum sesuai dengan kerja keras saya.			
15	Saya merasa sia-sia bekerja keras jika hasilnya tidak sesuai yang saya inginkan.			
16	Saya bekerja keras untuk mencapai apa yang saya inginkan tanpa bergantung pada orang lain.			
17	Saya lebih sering berharap keberuntungan daripada bekerja keras untuk meraih tujuan.			
18	Saya percaya bahwa kerja keras adalah kunci untuk mencapai keinginan saya.			
19	Saya tidak merasa perlu bersusah payah untuk mendapatkan apa yang saya inginkan.			

20	Saya berdoa dengan sewajarnya tanpa menuntut sesuatu yang berlebihan dari Allah.			
21	Saya merasa doa saya belum cukup jika belum meminta semua hal yang saya inginkan.			
22	Saya percaya bahwa kegagalan yang saya alami adalah bagian dari rencana baik Allah.			
23	Saya merasa sulit menerima kenyataan jika sesuatu tidak berjalan sesuai keinginan saya.			
24	Saya percaya bahwa segala sesuatu yang terjadi adalah yang terbaik menurut Allah, meskipun saya belum memahaminya sekarang.			
25	Saya sering menganggap peristiwa buruk sebagai nasib sial, bukan sebagai pelajaran.			
26	Saya merasa bahagia dan berterima kasih kepada Allah ketika mendapatkan rezeki.			
27	Saya sering lupa bersyukur kepada Allah saat menerima nikmat.			
28	Saya menyadari bahwa setiap kenikmatan yang saya terima adalah karunia dari Allah.			
29	Saya jarang mengingat Allah saat mendapatkan kenikmatan dalam hidup.			
30	Saya menerima segala pemberian Allah dengan perasaan senang dan lapang dada.			
31	Saya merasa sedih jika yang saya dapatkan tidak sesuai dengan harapan saya.			
32	Saya merasa bahagia dengan apa pun yang Allah berikan kepada saya.			
33	Saya merasa Allah belum memberi saya apa yang saya butuhkan secara cukup.			

34	Saya menerima ujian hidup dengan ikhlas karena yakin ada hikmah di baliknya.			
35	Saya merasa hidup ini tidak adil ketika hal buruk menimpa saya.			
36	Saya menyerahkan hasil dari setiap usaha saya kepada Allah setelah berikhtiar.			
37	Saya cenderung menyalahkan keadaan atau takdir saat menghadapi kegagalan.			
38	Saya selalu berdoa kepada Allah sebelum dan sesudah melakukan usaha.			
39	Saya tidak hanya bergantung pada usaha, tetapi juga berserah diri kepada Allah.			
40	Saya jarang berdoa ketika sedang mengejar keinginan atau tujuan.			
41	Saya terbiasa menjadikan Allah sebagai tempat bergantung utama dalam setiap keadaan.			
42	Saya lebih sering mencari bantuan orang lain terlebih dahulu sebelum berdoa kepada Allah.			
43	Saya percaya bahwa pertolongan Allah adalah yang paling utama sebelum meminta bantuan dari manusia.			
44	Saya merasa bantuan manusia lebih nyata daripada pertolongan Allah dalam menghadapi masalah.			
45	Saya lebih mengutamakan ketenangan batin daripada pencapaian dunia yang berlimpah.			
46	Saya merasa gagal jika belum mendapatkan apa yang dimiliki oleh orang-orang sukses secara materi.			

47	Saya meyakini bahwa kesuksesan sejati adalah ketika dunia dan akhirat dapat diraih bersama.			
48	Saya jarang memikirkan dampak akhirat dari setiap keputusan yang saya ambil dalam hidup.			
49	Saya menyempatkan waktu untuk beribadah meskipun memiliki banyak aktivitas duniawi.			
50	Saya merasa akhirat bisa dipikirkan nanti, yang penting saat ini sukses di dunia terlebih dahulu.			
51	Saya percaya bahwa kebahagiaan tidak selalu ditentukan oleh harta dan kekayaan.			
52	Saya rela melakukan apa saja asalkan bisa mendapatkan kekayaan.			
53	Saya tidak menjadikan uang sebagai satu-satunya ukuran kesuksesan hidup.			

SKALA PENELITIAN II (PERILAKU KONSUMTIF):

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya sering membeli barang yang lucu hanya karena melihatnya di media sosial				
2	Saya sering membeli suatu produk karena tertarik dengan promosi dan diskon mendadak				
3	Saya menunda membeli sesuatu jika itu bukan kebutuhan yang mendesak.				
4	Saya lebih memilih membeli barang mewah daripada barang biasa dengan fungsi yang sama.				
5	Saya membandingkan harga dan kualitas terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli sesuatu.				
6	Saya lebih memilih menghabiskan uang untuk barang-barang konsumtif daripada menabung untuk masa depan				
7	Saya berpikir dengan matang sebelum melakukan pembelian agar tidak menyesal.				
8	Saya sering membeli barang yang sedang tren meskipun masih memiliki barang serupa				
9	Saya selalu berusaha mengatur pengeluaran agar tidak melebihi kebutuhan.				
10	Saya suka membeli pakaian yang sama dengan selebgram atau tiktokers yang saya ikuti meskipun harganya lebih mahal				
11	Saya menggunakan uang dengan bijak dan tidak berlebihan.				
12	Saya merasa puas dan senang setelah membeli barang baru, meskipun sebenarnya tidak terlalu membutuhkannya				
13	Saya menahan diri untuk tidak membeli barang yang tidak penting.				

14	Saya sering membeli baju ketika ada model terbaru di toko meskipun tidak saya butuhkannya.			
15	Saya hanya membeli barang yang benar-benar saya butuhkan.			
16	Saya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan produk dari brand terkenal.			
17	Saya merasa cukup dan tidak perlu membeli sesuatu hanya untuk merasa puas sesaat.			
18	Saya merasa lebih puas ketika membeli barang dengan uang hasil tabungan sendiri			
19	Saya membeli barang bermerek agar terlihat lebih berkelas di depan teman atau rekan kerja			
20	Saya tidak merasa malu meskipun tidak menggunakan baju bermerk seperti teman-teman lainnya			
21	Saya tidak gengsi apabila membeli barang dengan harga yang lebih murah			

Lampiran E: Tabulasi Data Penelitian Skala Qona'ah dan Perilaku Konsumtif

Tabulasi Data Penelitian Skala Qona'ah

Tabulasi Data Penelitian Skala Perilaku Konsumtif

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	TOTAL
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	3	2	43	
2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	25	
3	4	3	1	1	3	4	4	3	1	2	4	4	1	3	3	2	4	1	1	1	51	
4	4	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	54	
5	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	26	
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	23	
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	45	
8	3	3	4	1	1	4	4	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	56	
9	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	41	
10	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	32	
11	3	1	1	4	4	1	1	4	2	2	1	4	4	1	1	4	4	1	2	1	47	
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	23	
13	3	1	1	3	3	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	4	3	1	3	2	40	
14	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	31	
15	4	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	4	4	1	1	40	
16	2	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	4	4	1	1	4	3	1	1	1	38	
17	4	3	2	2	3	1	2	2	3	2	2	1	3	2	3	2	1	1	2	2	44	
18	3	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	1	2	2	39	
19	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	44	
20	3	1	4	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	36	
21	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	1	3	2	45	
22	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	1	3	2	42	
23	3	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	38	
24	3	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	2	1	31	
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	22	
26	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	41	
27	3	2	2	3	2	3	1	3	3	3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	1	45	
28	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	28	
29	4	2	1	3	1	2	1	4	4	3	1	4	4	1	1	3	2	2	2	4	51	
30	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	24	
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	
32	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	41	
33	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	47	
34	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	27	
35	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	30	
36	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	30	
37	3	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	3	2	1	2	3	4	1	3	2	37	
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	
39	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	37	
40	1	1	1	2	3	2	1	3	3	1	2	3	4	2	2	3	3	2	3	2	47	
41	2	1	2	1	4	1	4	2	3	1	4	2	3	1	4	3	3	2	1	4	51	
42	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	3	2	2	3	2	2	3	36	
43	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24	
44	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	40	
45	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1	4	4	3	3	2	3	3	3	3	57	

Lampiran F: Jumlah Skor Nilai Skala Qona'ah dan Perilaku Konsumtif

Jumlah Skor Nilai Hasil Penelitian		
R	Qona'ah	Perilaku Konsumtif
1	159	43
2	184	25
3	143	51
4	158	54
5	185	26
6	196	23
7	151	45
8	136	56
9	177	41
10	181	32
11	172	47
12	191	23
13	188	40
14	199	31
15	160	40
16	170	38
17	176	44
18	162	39
19	175	44
20	185	36
21	153	45
22	152	42
23	173	38
24	189	31
25	190	22
26	163	41
27	127	55
28	207	28
29	156	51
30	186	24
31	183	21
32	175	41
33	164	47
34	196	27
35	186	30
36	207	30
37	184	37
38	193	21
39	162	37
40	137	47
41	118	51
42	189	36
43	189	24
44	163	40
45	150	57

Lampiran G: Hasil-hasil SPSS 27.0 For Windows
Tabel Deskripsi Data Penelitian

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
QONA'AH	45	118,00	207,00	172,0000	20,80428
PERILAKU KONSUMTIF	45	21,00	57,00	37,8000	10,34760
Valid N (listwise)	45				

Tabel Uji Normalitas

Tests of Normality			Shapiro-Wilk		
	Kolmogorov-Smirnov ^a	Statistic	df	Sig.	Statistic
QONA'AH	0,124	45		0,082	0,962
PERILAKU KONSUMTIF	0,078	45		.200*	0,960

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

a. Lilliefors Significance Correction

Tabel Uji Korelasi**Correlations**

		QONA'AH	PERILAKU KONSUMTIF
QONA'AH	Pearson Correlation	1	-.822**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	45	45
PERILAKU KONSUMTIF	Pearson Correlation	-.822**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	45	45

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

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Triana Verawati
2. Tempat & Tanggal Lahir : Jepara, 5 Mei 2003
3. NIM : 2104046104
4. Alamat Rumah : Desa Wedelan RT 01/03, Kec. Bangsri, Kab. Jepara
5. No. HP : 089506857508
6. Email : trianavera971@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK TA 01 Wedelan
 - b. SDN 02 Wedelan
 - c. SMP N 1 Bangsri
 - d. SMA N 1 Bangsri
 - e. UIN Walisongo Semarang