

**HUBUNGAN QANA'AH DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA
WANITA DALAM BERBELANJA ONLINE (STUDI PADA MAHASISWI
UIN WALISONGO SEMARANG)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1

Dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora

Jurusan Tasawuf dan Psikoterapi



Disusun Oleh

SHIVA FAWWAZ

NIM : 2104046095

FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG 2025

DEKLARASI KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shiva Fawwaz
NIM : 2104046095
Jurusan : Tasawuf dan Psikoterapi
Fakultas : Ushuluddin dan Humaniora
Judul Skripsi : Hubungan Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif
Pada Wanita Dalam Berbelanja Online (Studi Pada
Mahasiswi UIN Walisongo)

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi manapun dan belum pernah menjadi karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini atau disebutkan dalam daftar pustaka.

Semarang, 18 Juni 2025

Deklarator,

Shiva Fawwaz

2104046095

PERSETUJUAN PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBIING

Lamp. :

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan ini memberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan serta koreksi terhadap skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Shiva Fawwaz

NIM : 2104046095

Jurusan : Tasawuf dan Psikoterapi

Judul : Hubungan Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Wanita Dalam Berbelanja Online (Studi Pada Mahasiswi UIN Walisongo Semarang)

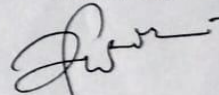
Nilai : 85 (A.)

Selanjutnya kami mohon dengan hormat agar skripsi tersebut bisa dimunaqasyahkan. Demikian persetujuan skripsi ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wasalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Juni 2025

Pembimbing



Ro'yanulloh, M. Psi. T

NIP. 198812192018011001

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185 Telepon: (024) 7601294
Website: www.ushuluddin.walisongo.ac.id, Email: fuhum@walisongo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Naskah skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Shiva Fawwaz

NIM : 2104046095

Judul Penelitian : Hubungan Qana'ah dengan Perilaku Konsumtif pada Wanita dalam Berbelanja Online (Studi pada Mahasiswi UIN Walisongo Semarang)

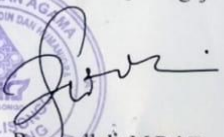
Telah diujikan dalam sidang munaqosah oleh Dewan Penguji Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Agama Islam dalam Ilmu Tasawuf dan Psikoterapi.

Semarang, 20 Juni 2025

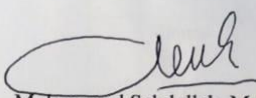
Dewan Penguji

Ketua Sidang/ Penguji I

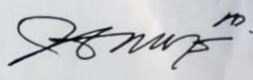



Royanulloh, M.Psi.T.
NIP. 198812192018011001

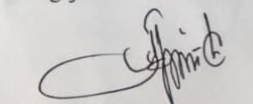
Penguji III


Muhammad Sakdullah, M.Ag.
NIP. 198512232019031009

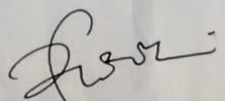
Sekretaris Sidang/ Penguji II


Dr. Ibnu Farhan, M.Hum.
NIP. 198901052019031011

Penguji IV


Bahroon Anshori, M.Ag.
NIP. 197505032006041001

Pembimbing


Royanulloh, M.Psi.T.
NIP. 198812192018011001

MOTTO

”jika kamu berbuat baik berarti kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat maka kerugian itu untuk dirimu sendiri”

(QS. Al-Isra’:7)

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt., Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Berkat taufik, rahmat, serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi yang berjudul “Hubungan Qana’ah dengan Perilaku Konsumtif pada Wanita dalam Berbelanja Online (Studi pada Mahasiswi UIN Walisongo)” disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak bimbingan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, atas segala doa, kasih sayang, dukungan moril dan materiil yang tidak pernah putus.
2. Ibu Sri Rejeki, S.Sos.I, M.Si., selaku Ketua Jurusan Tasawuf dan Psikoterapi, yang telah memberikan persetujuan awal atas pengajuan penelitian skripsi ini.
3. Bapak Royanulloh, M.Psi.T., selaku sekretaris Jurusan Tasawuf dan Psikoterapi, dan Dosen Pembimbing yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, serta meluangkan waktu dan tenaga dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Ernawati, S.Si., M.Stat., selaku Wali Dosen yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan, serta persetujuan kedua dalam pengajuan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran yang berharga selama masa studi.
6. Teman-teman yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu mengisi kuesioner penelitian ini. Terima kasih atas partisipasi dan kontribusi yang sangat berarti.

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi Arab-Latin ditulis menggunakan pedoman yang mengacu pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987 dan No. 0543.b/U/1987. Pedoman Transliterasi Arab-Latin bertujuan untuk menyeragamkan penulisan huruf Arab dalam huruf Latin guna menjaga ketepatan lafal dan pembacaan teks Arab.

A. Konsonan

Konsonan Arab yang memiliki padanan dalam huruf Latin ditransliterasikan sebagaimana bunyinya dalam Bahasa Indonesia. Namun, terdapat beberapa huruf Arab yang memerlukan penambahan tanda diakritik (titik di atas atau di bawah huruf latin). Tabel berikut menunjukkan huruf-huruf hijaiyah beserta transliterasinya yakni sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama Huruf	Latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Dibaca “Be”
ت	Ta	T	Dibaca “Te”
ث	Ṡa	ṣ	“Es” dengan titik di atas
ج	Jim	J	Dibaca “Je”
ح	Ḥa	ḥ	“Ha” dengan titik di bawah
خ	Kha	Kha	Gabungan “Ka” dan “Ha”
د	Dal	D	Dibaca “De”
ذ	Ḍal	Ḍ	“Zet” dengan titik di atas
ر	Ra	R	Dibaca “Er”
ز	Zai	Z	Dibaca “Zet”
س	Sin	S	Dibaca “Es”
ش	Syin	Sy	Gabungan “Es” dan “Ye”
ص	Ṣad	ṣ	“Es” dengan titik di bawah
ض	Ḍad	Ḍ	“De” dengan titik di bawah
ط	Ṭa	ṭ	“Te” dengan titik di bawah

ظ	Za	z	“Zet” dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Tanda koma terbalik (‘)
غ	Ghayn	G	Dibaca “Ge”
ف	Fa	F	Dibaca “Ef”
ق	Qaf	Q	Dibaca “Qi”
ك	Kaf	K	Dibaca “Ka”
ل	Lam	L	Dibaca “El”
م	Mim	M	Dibaca “Em”
ن	Nun	N	Dibaca “En”
و	Wau	W	Dibaca “We”
ه	Ha	H	Dibaca “Ha”
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Dibaca “Ye”

B. Vokal

1. Vokal Pendek

Jenis Vokal	Huruf Arab + Tanda	Transliterasi Latin
Fathah	َ	A
Kasrah	ِ	I
Dammah	ُ	U

2. Vokal Panjang

Kombinasi Huruf	Transliterasi Latin
Fathah + Alif	ā
Fathah + Yā’ mati	ā
Kasrah + Yā’ mati	ī

Dammah + Wāwu	ū
---------------	---

C. Tā' marbūṭah

Dalam transliterasi tā' marbūṭah tergantung posisi dan keadaan bacaannya, yakni sebagai berikut:

1. Tā' marbūṭah hidup

Jika tā' marbūṭah memiliki harakat fathah, kasrah atau dammah, maka ditransliterasikan dengan "t".

Kata Arab	Transliterasi
رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	rauḍatul aṭfāl

2. Tā marbūṭah mati

Jika tā' marbūṭah memiliki harakat sukun (mati), maka akan ditransliterasikan dengan "h".

Kata Arab	Transliterasi
رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	rauḍah al-aṭfāl

3. Jika diikuti kata sandang al-

Jika kata terakhir berakhiran tā marbūṭah diikuti oleh kata lain yang memakai kata sandang al- dan bacaan keduanya terpisah, maka tetap ditransliterasikan dengan "h".

Kata Arab	Transliterasi
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	al-Madīnah al-Munawwarah / al-Madīnatul Munawwarah

D. Kata Sandang (Alif dan Lam)

Kata sandang dalam bahasa Arab yang terdiri dari alif dan lam (ال) ditransliterasikan menjadi "al-". Penulisan ini bergantung pada jenis huruf pertama setelah *al-* apakah termasuk huruf Qamariyyah atau huruf Syamsiyyah.

1. Jika setelah huruf Qamariyyah, penulisannya akan tetap dengan awalan “al-” sesuai bentuk aslinya.

Kata Arab	Transliterasi
الْقُرْآن	al-Qur’ān
الْقِيَاس	al-Qiyās

2. Jika setelah huruf Syamsiyyah, maka penulisan disesuaikan terhadap huruf pertamanya, tanpa menuliskan huruf "l", meskipun tetap dibaca dalam pelafalan.

Kata Arab	Transliterasi
السَّمَاء	as-Samā’
الشَّمْس	asy-Syams

E. Tajwid

Bagi pembaca yang mengutamakan kefasihan dalam pengucapan, pedoman transliterasi ini tidak dapat dipisahkan dari kaidah ilmu tajwid. Oleh karena itu, penggunaan pedoman transliterasi Arab-Latin (versi internasional) sebaiknya juga diikuti dengan pemahaman terhadap prinsip-prinsip tajwid sebagai pelengkap dalam pelafalan yang tepat dan benar.

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
DEKLARASI KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Manfaat Penelitian.....	9
D. Kajian Pustaka.....	10
E. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Qana'ah	13
B. Perilaku Konsumtif	16
C. Perilaku konsumtif Dalam Belanja Online	23
D. Hubungan Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Berbelanja Online.....	24
E. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Variabel Penelitian	29
C. Definisi Operasional.....	31
D. Populasi dan Sampel	32

1. Populasi	32
2. Sampel	32
E. Metode Pengumpulan Data	34
F. Uji Keterbacaan	49
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	50
a. Uji Validitas	50
b. Uji Reliabilitas	54
H. Metode Analisis Data	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Hasil Penelitian	58
1. Deskriptif Data Penelitian	58
2. Uji Prasyarat Analisis	61
a) Uji Normalitas	61
b) Uji Linieritas	62
c) Uji Hipotesis	63
B. Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	82

DAFTAR TABEL

TABEL 3. 1 Skor Skala Likert Qana'ah.....	35
TABEL 3. 2 Blue Print Qana'ah.....	35
TABEL 3. 3 Sebaran Item Qana'ah	42
TABEL 3. 4 Skor Skala Likert Perilaku Konsumtif	44
TABEL 3. 5 Blue Print Perilaku Konsumtif	44
TABEL 3. 6 Sebaran Item Perilaku konsumtif	48
TABEL 3. 7 Hasil Uji Keterbacaan Item Qana'ah.....	49
TABEL 3. 8 Hasil Uji Validitas.....	52
TABEL 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Qana'ah.....	55
TABEL 4. 1 Hasil Uji Deskriptif.....	58
TABEL 4. 2 Norma Kategori Skor	59
TABEL 4. 3 Norma Kategori Qana'ah	59
TABEL 4. 4 Norma Kategori Perilaku Konsumtif	60
TABEL 4. 5 Hasil Uji Normalitas	62
TABEL 4. 6 Uji Linieritas	63
TABEL 4. 7 Hasil Uji Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 4. 1 Kategori Qana'ah.....	60
GAMBAR 4. 2 Kategori Perilaku Konsumtif.....	61

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis memiliki tujuan agar dapat menganalisis hubungan antara sikap qana'ah dengan perilaku konsumtif pada wanita dalam berbelanja online studi pada mahasiswi UIN Walisongo Semarang. Latar belakang penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya budaya konsumtif di kalangan wanita, khususnya melalui platform belanja online, sehingga diperlukan pemahaman terhadap faktor internal yang dapat mengendalikan perilaku tersebut, salah satunya adalah qana'ah, yakni sikap merasa cukup dan tidak berlebihan dalam urusan duniawi. Metode yang diterapkan dalam studi ini bersifat kuantitatif, dengan analisis korelasi sebagai pendekatan untuk menilai hubungan antar variabel. Jumlah subjek yang terlibat dalam penelitian ini adalah 129 mahasiswi diambil menggunakan teknik simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form, lalu analisis dilakukan menggunakan Pearson Product Moment dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 24. Hasil menunjukkan bahwa qana'ah memiliki hubungan negatif yang sangat kuat dengan perilaku konsumtif, dengan koefisien korelasi mencapai $-0,886$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya sikap Qana'ah berbanding terbalik dengan intensitas Perilaku Konsumtif dalam aktivitas belanja online di kalangan mahasiswi UIN Walisongo Semarang.

Kata Kunci : Qana'ah, Perilaku Konsumtif

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan manusia telah banyak dimudahkan oleh perkembangan zaman yang semakin maju, salah satunya di bidang perdagangan. Kemajuan teknologi dan internet telah menghasilkan tren belanja online yang semakin berkembang pesat. Perkembangannya diikuti dengan adanya platform belanja online sehingga masyarakat dapat membeli berbagai produk tanpa harus keluar rumah. Fenomena ini semakin didukung dengan Adanya perkembangan media sosial yang mempermudah promosi dan akses terhadap berbagai macam produk. Dengan adanya akses internet yang semakin luas memudahkan dalam mengakses berbagai *platform e-commerce* dan *marketplace* kapan saja dan di mana saja. Belanja online merupakan tindakan yang melibatkan penggunaan media internet untuk membelinya. Pembelian secara daring memungkinkan konsumen menelusuri berbagai produk melalui internet sebelum melakukan transaksi pembelian. Melalui platform online, konsumen dapat mengamati tampilan produk dalam bentuk visual seperti foto maupun video.¹

Berbelanja online juga memungkinkan pelanggan membeli barang tanpa harus pergi ke toko fisik. Membeli barang dapat menghemat waktu dan tenaga dengan hanya beberapa kali klik dengan perangkat digital seperti *smartphone* atau laptop. Menurut laporan We Are Sosial dengan tema Digital 2024, menunjukkan bahwa sebanyak 59,3% pengguna internet Indonesia tercatat berbelanja secara online, dan berada di urutan kesembilan, sama dengan India.² Kemajuan dunia digital salah satunya dalam media sosial seperti Instagram, Tiktok, juga berpengaruh besar dalam mendukung pertumbuhan belanja online. Banyak brand ataupun penjual yang memanfaatkan media sosial sebagai wadah promo produk

¹ Loekamto, A. 2012. Implementasi Technology Acceptance Model Dalam Online Shopping. Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen Vol 1 No 3.

² Tech in Asia, "Indonesia Hobi Belanja Online," Tech in Asia, (<https://id.techinasia.com/indonesia-hobi-belanja-online>, diakses 17 Februari 2025)

dagangannya, sehingga konsumen semakin tertarik untuk berbelanja barang tersebut secara online. Ditambah lagi dengan hadirnya berbagai platform belanja online seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, dan lainnya memberikan pilihan yang beragam untuk berbelanja secara online.

Penelitian terbaru di Indonesia menunjukkan bahwa wanita cenderung lebih sering belanja secara online dibandingkan pria. Berdasarkan laporan Katadata Insight Center pada tahun 2023, konsumen perempuan cenderung lebih royal dibandingkan pria; 33% dari transaksi wanita yang terjadi pada *e-commerce* yang sama, sementara 15% dari transaksi pria terjadi pada *e-commerce* yang sama.³ Dikutip dari Mojok, bahwa 56% pengguna Shopee adalah kelompok wanita.⁴ Mayoritas pengguna *e-commerce* adalah perempuan, yang cenderung membeli produk dari kebutuhan rutin hingga item *fashion* dan kosmetik. Kecenderungan tersebut dipengaruhi oleh adanya kenyamanan, kemudahan akses, dan keinginan untuk menemukan penawaran yang lebih baik melalui promosi, diskon atau bahkan karena adanya dorongan emosional. Namun dibalik kenyamanan yang ditawarkan, hobi berbelanja online yang tidak dapat dikendalikan dapat memicu perilaku konsumtif.

Wanita lebih rentang terhadap perilaku konsumtif saat belanja secara online, hal ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Chaca Andira dengan judul Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga, menunjukkan adanya kecenderungan konsumtif diantara mahasiswi saat berbelanja online, dengan pengeluaran yang terbilang tidak wajar, berkisar antara Rp.45.000 hingga Rp.500.000 untuk membeli barang-barang mendukung penampilan seperti baju, kosmetik, makanan, aksesoris, sepatu, jilbab, dan tas.⁵

³ Katadata. "Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja di E-Commerce Ketimbang Pria," Katadata.co.id, (<https://katadata.co.id/digital/e-commerce/5f297dd1ae890/riset-kic-perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria>, diakses pada 5 Agustus 2020)

⁴ Syawawi, M. R. Belanja online berdasarkan gender. Mojok, (<https://mojok.co/terminal/belanja-online-berdasar-gender-shopee-dan-tokopedia-bersaing/>, diakses pada 2023, November 5)

⁵ Chaca Andira, Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga (Skripsi Universitas Airlangga, 2015)

Studi tambahan oleh Dewi Arum dan Riza Noviana, berjudul Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *e-commerce* Shopee, menjelaskan bahwa mahasiswi cenderung membeli barang di Shopee untuk memenuhi keinginan mereka, biasanya melakukan pembelian sebanyak 2-4 kali ketika tidak ada promo gratis ongkos kirim. Hal ini menunjukkan perilaku konsumtif mereka saat melakukan transaksi melalui platform *e-commerce* Shopee.⁶ Disisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Hanum dan Ayu, berjudul Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif *e-commerce* Pada Wanita Dewasa Awal saat Pandemi Covid-19, menemukan bahwa wanita dewasa awal memiliki tingkat kontrol diri yang sedang saat berbelanja online, yang berakibat pada peningkatan perilaku konsumtif.⁷

Wanita banyak menjadi target utama pemasaran produk melalui media sosial dan aplikasi belanja online, yang mendorong untuk melakukan pembelian hanya berdasarkan keinginan semata bukan kebutuhan. Keinginan dalam berbelanja suatu produk biasanya dipengaruhi oleh keinginan emosionalnya, umumnya berhubungan dengan keinginan pribadi, status sosial, harga diri dan pencitraan. Pembeli yang berbelanja seperti hal tersebut biasanya tidak memperdulikan produk atau barang yang dibeli benar-benar dibutuhkan atau tidak, dan apakah sesuai dengan selera atau tidak, atau mampu membeli atau tidak, hal tersebut dapat memicu perilaku menjadi lebih konsumtif..⁸

Perilaku konsumtif mengacu pada tindakan membeli secara berlebihan dan tidak direncanakan, biasanya melampaui kebutuhan pokok. Akibatnya, dapat menyebabkan pembelian secara tidak terkendali dan tidak rasional, keadaan tersebut bermaksud agar memiliki sesuatu yang dianggap sebagai simbol

⁶ Dewi dan Riza. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee, jurnal penelitian Psikologi.

⁷ Hanum dan Ayu.(2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-commerce Pada Wanita Dewasa Awal saat Pandemi Covid-19.

⁸ Schiffman dan Kanuk. 2011. Persepsi Kualitas, Consumer Behavior. New Jersey: Perason Prestice Hall

keistimewaan.⁹ Dorongan untuk membeli sesuatu secara berlebihan sering menjadi pemicu munculnya perilaku konsumtif. Kemauan individu membeli barang sesuai apa yang diinginkan, namun tidak sesuai kebutuhan.

Keinginan yang terlalu berlebihan terhadap sesuatu yang tidak dibutuhkan sehingga menyebabkan tingginya pengeluaran ekonomi akibat perilaku boros tersebut. Hal tersebut merupakan cerminan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif juga dapat merugikan bagi mahasiswi, keinginan untuk terus menerus berbelanja dapat mengakibatkan mahasiswi menggunakan uang jajan yang telah dikirimkan orang tuanya dengan boros, sehingga mengakibatkan orang tua harus mengirimkan uang jajan dalam jumlah yang lebih banyak dari biasanya.

Aktivitas berbelanja kerap dijadikan pelarian emosional yang dapat memunculkan pola konsumtif, terutama di kalangan mahasiswi. Apabila mahasiswi yang datang dari luar daerah dan orang tuanya berada dalam kondisi keuangan yang mapan, seringkali menunjukkan sikap berbelanja yang berlebihan saat berkuliah di kota. Hal ini terjadi karena terpengaruh oleh gaya hidup diperkotaan serta berbagai fasilitas dan tuntutan sosial yang ada. Kejadian ini sangat berkaitan dengan atmosfer di kampus, di mana terdapat perbedaan sosial dan budaya dalam interaksi sosial yang memaksa mahasiswi untuk beradaptasi dengan lingkungan mereka. Keadaan itu terjadi karena mahasiswi sedang dalam tahap pencarian identitas, yang merupakan waktu yang paling mudah untuk dipengaruhi oleh perubahan.¹⁰

Universitas sendiri merupakan tempat di mana mahasiswi dapat memperoleh ilmu, bertukar pikiran, berinteraksi dengan sesama mahasiswi, dan lain-lain. Namun, pada kenyataannya Universitas digunakan sebagai tempat untuk memamerkan penampilan dan gaya hidup seseorang. mahasiswi dengan kondisi ekonomi biasa pun sering mengikuti gaya hidup konsumtif, karena ingin terlihat menarik, dianggap bergengsi, dan dihormati oleh orang-orang di sekitarnya. Wanita

⁹ Setiaji, B. 1995. Konsumerisme. Akademika. No 1. Tahun XII. Surakarta Muhammadiyah University Press. Hal 15-25

¹⁰ Haryani dan Herwanto. 2015. Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi. Jurnal Psikologi 11 (11) 5-11.

biasa selalu merasa tidak memiliki pakaian sehingga hal tersebut mendorong untuk terus membeli pakaian baru. Sekarang seringkali dapat dilihat mahasiswi yang bergaya modis demi mendapatkan kepuasan dan kesenangan meskipun menyadari bahwa betapa sulitnya orang tua dikampung mencari nafkah untuk mahasiswi yang merantau. Mahasiswi juga cenderung berperilaku konsumtif dalam hal *Fashion* tanpa mempertimbangkan kebutuhan utama, bahkan mengabaikan pembayaran uang SPP yang menunggak.¹¹

Dari survey yang telah dilakukan menggunakan kuesioner Google Form terhadap 25 mahasiswi Universitas Islam Negeri Walisongo, menghasilkan data bahwa mayoritas responden lebih senang berbelanja online di banding ke toko langsung. Sebanyak 40% responden berbelanja online 3-5 kali dalam sebulan, bahkan ada yang lebih dari 10 kali. Jenis produk yang paling diburu adalah produk *fashion* dan aksesoris (70%), produk kecantikan dan perawatan tubuh (65%), serta barang dekorasi rumah dan elektronik (30%). Sebagian responden juga menyatakan bahwa berbelanja online memberikan perasaan bahagia dan kepuasan, terutama karena adanya diskon, promo menarik, serta kemudahan akses dalam memilih produk.

Akan tetapi kebiasaan berbelanja yang berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif, di mana seseorang cenderung membeli barang secara impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Dari survey yang telah dilakukan menggunakan kuesioner Google Form, sekitar 50% responden mengaku pernah merasa berlebihan dalam berbelanja online, dan 30% diantaranya menyatakan bahwa mereka terkadang merasa bersalah setelah melakukan pembelian impulsif. Salah satu dari responden ada yang mengatakan bahwa ia membeli barang atau produk bukan hanya kerana butuh akan tetapi sekedar pengen saja, ia merasa jika memiliki uang yang cukup untuk membeli ia akan membelinya. Faktor utama yang mendorong perilaku impulsif adalah kerana adanya diskon menarik, kemudahan

¹¹ Aini dan Andjarwati. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Perilaku Mahasiswi Dalam Fashion. Jurnal Studi Humaniora dan Teknologi, 4(2), 45-60.

transaksi, serta pengaruh media sosial seperti Instagram dan Tiktok dalam menampilkan produk-produk yang menarik perhatian konsumen.

Belanja online yang berlebihan dapat berdampak buruk bagi kehidupan seseorang, sehingga diperlukan strategi untuk mengatasi keinginan berbelanja secara konsumtif. Dari hasil wawancara dengan 3 responden mahasiswi UIN Walisongo, diketahui berbagai cara yang mereka terapkan untuk mengontrol pengeluaran saat belanja online. Responden pertama mengatasi perilaku konsumtif dengan membuat daftar barang yang diinginkan, serta menerapkan batas anggaran khusus belanja online, dan lebih memprioritaskan kebutuhan pokok terlebih dahulu. Responden kedua mengungkapkan bahwa meskipun ia sering memiliki keinginan untuk belanja online, tetapi ia tidak langsung membeli barang yang diinginkan, dikarenakan ia sebagai anak kost memiliki keterbatasan anggaran, ia lebih mengutamakan kebutuhan makan dan kebutuhan pokok lainnya. Sementara itu, responden ketiga mampu menahan diri dari belanja online dengan mempertimbangkan faktor ongkos kirim dan urgensi barang yang akan dibeli, jika biaya pengiriman terlalu mahal, ia memilih untuk tidak melanjutkan transaksi, ia juga membedakan antara kebutuhan jangka pendek dan jangka panjang agar dapat membeli barang yang benar-benar diperlukan terlebih dahulu.

Perilaku konsumtif yang semakin marak terjadi, terutama di tengah kemajuan teknologi dan digitalisasi. Perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti diskon, gratis ongkos kirim dan kemudahan dalam transaksi, faktor psikologis juga berperan dalam membentuk pola pikir dan keputusan seseorang dalam berbelanja.¹² Motivasi misalnya, dapat mendorong seseorang agar membeli sesuatu bukan hanya kebutuhan, tetapi juga karena dorongan emosional atau sosial. Dalam teori perilaku konsumen, faktor psikologis seperti kebutuhan dan motivasi, persepsi, serta pembelajaran juga memiliki peran penting dalam mengambil keputusan pembelian.¹³ Emosi dan *mood* juga

¹² Kotler, P., & Keller, K. L. 2021. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2

¹³ Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 2007. Consumer Behavior. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

mempunyai pengaruh besar terhadap perilaku konsumtif. Studi menunjukkan bahwa individu yang mengalami *stress* atau kecemasan lebih cenderung melakukan pembelian impulsif sebagai bentuk pelarian dan tekanan psikologis.¹⁴ Kombinasi dari faktor-faktor tersebut dapat menyebabkan seseorang lebih dominan melakukan pembelian tanpa sebuah pertimbangan yang matang, terutama ketika dipengaruhi oleh strategi pemasaran dan lingkungan sosial yang semakin mendukung perilaku konsumsi secara berlebihan.

Menurut studi yang berbeda dengan judul "Hubungan antara sikap qana'ah dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta," sikap qana'ah adalah keadaan di mana seseorang menganggap cukup atas apa yang mereka miliki dan tidak begitu tergoda untuk mendapatkan lebih dari yang mereka miliki. Dalam penelitian ini menemukan bahwa sikap qana'ah memiliki hubungan bersifat negatif yakni dengan semakin tinggi sikap qana'ah seseorang, semakin rendah kecenderungannya untuk menjadi konsumtif.¹⁵ Selanjutnya dapat dilihat pada penelitian Ilham (2022) dengan judul Hubungan qana'ah dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry di Banda Aceh, dalam penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan sikap qana'ah dalam mengurangi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, sehingga dapat bermanfaat untuk mengelola keuangan pribadi yang lebih baik dan kesejahteraan psikologis yang lebih tinggi.¹⁶

Konsep qana'ah atau sikap merasa cukup menjadi salah satu solusi penting dalam mengatasi perilaku konsumtif, termasuk dalam kebiasaan belanja online. Qana'ah yang dimaksud adalah untuk mengajarkan seseorang bersikap puas dengan apa yang dimiliki tanpa terjebak dalam keinginan yang tidak mendesak. Dari

¹⁴ Verplanken, B., Sato, A. 2011. The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self Regulation Approach. *Jurnal of Consumer Policy*, 34(2), 197-210.

¹⁵ Muawiyah, W. (2022). Hubungan Antara Sikap Qana'ah Dengan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta. (Skripsi UIN Raden Mas Said).

¹⁶ Akbar, M.I. (2022). Hubungan antara qana'ah dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. (Skripsi UIN Ar-Raniry).

wawancara yang dilakukan, strategi yang diterapkan oleh para responden dalam mengontrol pengeluaran mencerminkan nilai-nilai qana'ah. Misalnya, dengan membuat daftar kebutuhan, menetapkan anggaran, dan mempertimbangkan urgensi suatu barang untuk dibeli, mereka telah menerapkan prinsip hidup yang tidak berlebih-lebihan.

Qanaah berarti menerima pemberian Allah dengan penuh kerelaan, tanpa iri hati ataupun ambisi yang berlebihan terhadap kepemilikan orang lain. Qanaah dicapai dengan menerima apa yang mencukupi keperluan pokok, seperti makanan, pakaian, serta tempat tinggal, walaupun dengan kualitas yang cukup sederhana. Serta fokus pada kebutuhan, bukan keinginan. Orang yang qana'ah tidak dianjurkan untuk terlalu memikirkan atau mengkhawatirkan masa depan yang jauh, sebaiknya hanya fokus pada kebutuhan harian atau jangka waktu pendek (sebulan) karena memiliki angan-angan panjang dan mendambakan banyak hal hanya akan melahirkan tamak.¹⁷ Sikap qanaah adalah kunci untuk menjaga hati tetap tenang, bersyukur, dan terhindar dari ketamakan dan kerakusan.

Qanaah juga mencakup syukur atas nikmat, kesabaran dalam menghadapi ujian, serta hidup sederhana tanpa berlebihan. Sikap menekankan pentingnya berusaha keras, tetapi tetap tawakal terhadap hasil yang ditentukan Allah. Dengan qana'ah, seseorang dapat mencapai ketenangan jiwa, terhindar dari sifat tamak, iri, dan ketergantungan kepada makhluk lain.¹⁸ Qana'ah merupakan tiang kekayaan sejati, yang menjaga dari jebakan kemewahan duniawi dan obsesi terhadap harta benda. Sikap ini tidak menolak keberadaan harta, tetapi menekankan bahwa harta tidak boleh menghilangkan ketentraman hati. Oleh karena itu, qana'ah menjadi konsep penting dalam pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif. Selain membantu dalam mengelola keuangan, qana'ah juga membentuk pola pikir yang lebih bijak dalam berorientasi pada kehidupan yang bermakna.

¹⁷ AL-Ghazali, I. (1999). *Menyingkap Hati Menghampiri Ilahi: Ziarah Ruhani Bersama Imam al-Ghazali*. Bandung: Pustaka Hidayah.

¹⁸ Hamka. 2015. , *Tasawuf Modern: Bahagia itu Dekat dengan Kita ada di Dalam Diri Kita*, (Jakarta: Republika Penerbit, 2015), 268.

Dengan semakin berkembangnya budaya konsumtif di kalangan wanita, khususnya melalui platform belanja online, menuntut pemahaman lebih dalam mengenai faktor yang dapat mengendalikan perilaku konsumtif. Salah satu faktor penting adalah qana'ah, yakni sikap merasa cukup dan tidak berlebihan dalam keinginan duniawi. Maka dari itu, penulis tertarik meneliti “Hubungan Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Wanita Dalam Berbelanja Online Studi pada mahasiswi UIN Walisongo Semarang”

B. Rumusan Masalah

Sejalan dengan latar belakang masalah yang telah disampaikan, penelitian ini mengidentifikasi persoalan sebagai berikut: Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara qanaah dan perilaku konsumtif pada wanita dalam berbelanja online studi pada Mahasiswi UIN Walisongo Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Menganalisis hubungan antara sikap qanaah dan perilaku konsumtif mahasiswi UIN Walisongo Semarang dalam berbelanja online, sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis:

- a) Harapan untuk penelitian agar dapat memberikan data empiris mengenai faktor qana'ah untuk mengatasi perilaku konsumtif.
- b) Harapan untuk penelitian agar dapat mengembangkan penelitian lanjutan tentang pentingnya faktor qana'ah dalam mengatasi perilaku konsumtif.

Manfaat Praktis:

- a) Hasil penelitian ini diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran di kalangan mahasiswi, khususnya mengenai dampak perilaku konsumtif dalam berbelanja online.
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mengontrol dorongan belanja yang tidak perlu dengan sikap qana'ah.

D. Kajian Pustaka

Memahami konsep tentang Qana'ah dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi itu penting. Studi sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti di dalam dan luar daerah, akan tetapi dalam hubungannya dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja online pada wanita ini jarang dilakukan penelitian sebelumnya.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Alika Zahra, Mayasari, dan Yanti Tayo. Berjudul Pengaruh penggunaan aplikasi belanja online terhadap perilaku konsumtif (Survey eksplanatori tentang pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa angkatan 2017 Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSIKA). Metode yang digunakan yakni kuantitatif dengan pendekatan survey eksplanatori. Menjelaskan bahwa intensitas mempengaruhi perilaku konsumtif, dan konten pesan mempengaruhi perilaku konsumtif.

Kedua, Adapun penelitian lain yang membahas perilaku belanja online di kalangan mahasiswi yang dilakukan oleh Chaca Andira, berjudul Perilaku Berbelanja Online Di Universitas Airlangga 2015, menunjukkan bahwa adanya mahasiswi memiliki perilaku konsumtif dalam belanja online dengan rata-rata membeli yang terbilang tidak wajar dengan mengeluarkan dana dari Rp. 45.000-500.000, untuk membeli barang penunjang penampilan, contohnya pakaian, kosmetik, makanan, perhiasan, sepatu handmade, kerudung, dan tas.

Ketiga, studi yang dilakukan oleh Dewi Arum dan Riza Noviana dengan judul "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Yang Menggunakan *e-commerce* Shopee" mengungkapkan bahwa

terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswi psikologi yang memanfaatkan *e-commerce* Shopee, sebagaimana ditunjukkan nilai signifikansi $0,00 < 0,01$ menunjukkan fakta ini. Selain itu, terdapat pula hubungan yang kuat dan negatif antara kedua variabel ditunjukkan oleh koefisien korelasi $-0,633$. Dengan kata lain, kurangnya kontrol diri dikaitkan dengan perilaku konsumtif yang lebih tinggi.

Keempat, selanjutnya dapat dilihat dalam studi yang dilakukan oleh Hanum dan Ayu (2023), "Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *e-commerce* pada Wanita Dewasa Awal selama Pandemi Covid-19," yang mengindikasikan bahwa belanja online meningkatkan perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan oleh wanita dewasa awal memiliki tingkat kontrol diri yang sedang, yang berarti kecenderungan mereka untuk berbelanja lebih tinggi.

Kelima, Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Ilham Akbar (2022) di UIN AR-RANIRY. Dengan judul "Hubungan antara qana'ah dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh" Penelitian kuantitatif dilakukan menggunakan pendekatan korelasi. Studi ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Ar-Raniry memiliki perilaku konsumtif yang lebih rendah jika mereka memiliki tingkat qana'ah yang lebih tinggi, dan sebaliknya, jika tingkat qana'ah yang lebih rendah, perilaku konsumtif mereka lebih rendah. Oleh karena itu, hipotesis ini dapat diterima. Ini menunjukkan bahwa qana'ah memberikan pengaruh sebesar 14,4% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Psikologi UIN Ar-Raniry, sedangkan faktor lain mempengaruhi perilaku konsumtif.

Keenam, Penelitian lainnya dilakukan oleh Wulan Muawaliyah (2022) di UIN Raden Mas Said Surakarta. Dalam judul "Hubungan antara sikap qana'ah dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Raden Mas Said Surakarta" dengan menerapkan metode Kuantitatif yang bersifat korelasional. Studi ini menemukan bahwa mahasiswi dengan tingkat qana'ah tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif lebih rendah. Sebaliknya, tingkat konsumtif yang

tinggi pada mahasiswi seringkali berbarengan dengan tingkat hedonisme yang tinggi.

E. Sistematika Penulisan

Struktur penulisan berperan penting dalam menyusun karya ilmiah secara sistematis dan terarah sesuai dengan fokus permasalahan, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian. Adapun susunan sistematika dalam penulisan skripsi, diuraikan seperti penjelasan di bawah ini :

Bab I bagian ini terdiri dari pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dengan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, serta sistematika dalam penulisan.

Bab II bagian ini terdiri dari kajian teori sebagai dasar penelitian, meliputi pembahasan mengenai konsep qana'ah dan perilaku konsumtif, serta disertai dengan perumusan hipotesis pada penelitian.

Bab III bagian ini menyajikan metode penelitian, mulai dari teknik analisis yang digunakan, definisi operasional setiap variabel, jenis dan sumber data, prosedur pemilihan populasi dan sampel, metode pengumpulan data, serta terdapat uji validitas dan reliabilitas.

Bab IV bagian ini menyajikan hasil penelitian dengan analisis data, yang meliputi penyajian data lapangan dan interpretasi terhadap temuan penelitian.

Bab V bagian ini merangkum keseluruhan hasil penelitian berdasarkan pembahasan dalam bab sebelumnya. Bab berisikan kesimpulan serta saran yang relevan dengan objek kajian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Qana'ah

1. Definisi Qana'ah

Sikap menerima dengan lapang dada terhadap segala yang telah diberikan oleh Allah yang mencerminkan rasa puas dan bersyukur atas rezeki Allah, serta tidak membandingkan diri dengan orang lain atau berkeinginan berlebihan merupakan definisi dari sikap qana'ah. Sikap tersebut bukan berarti pasif atau malas berusaha, melainkan tetap bekerja dengan sungguh-sungguh, namun tidak menggantungkan kebahagiaan sepenuhnya pada hasil materi yang diperoleh.¹⁹

Menurut Ibn 'Atha'illah dalam Matan al-Hikam, seseorang yang memiliki sifat qana'ah akan tetap berusaha seperti manusia lainnya, namun tidak menjadikan hasil pekerjaannya sebagai satu-satunya sumber kebahagiaan.²⁰ Hal tersebut dikarenakan seseorang yang terlalu menggantungkan kebahagiaannya pada keberhasilan duniawi, maka ketika mengalami kegagalan, akan mudah merasa kecewa. Sikap qana'ah menanamkan keyakinan bahwa segala sesuatu adalah ketetapan Allah, sehingga setiap individu mampu menerima dengan lapang dada atas apa yang dimiliki dan bersyukur atas nikmat-Nya.

Lebih lanjut, Al-Ghazali menekankan bahwa qana'ah merupakan sikap menerima segala ketetapan Allah dengan penuh keikhlasan, tanpa diliputi kecemburuan atas kepunyaan orang lain dan tanpa dorongan berlebihan untuk mengejar hal-hal diluar kebutuhan. Bukan berarti bersikap pasrah tanpa usaha, melainkan mengarahkan perhatian pada pemenuhan kebutuhan utama seperti sandang, pangan dan papan, walaupun dalam kondisi yang sederhana.²¹ Dalam

¹⁹ Syukur, M. A. (2012). Sufi Healing: Terapi dalam Literatur Tasawuf. Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, 20(2), 391-412.

²⁰ Ibn 'Atha'illah al-Iskandari, *al-Hikam*, diterjemahkan oleh Victor Danner sebagai *The Book of Wisdoms: Kitab Al-Hikam, a Collection of Sufi Aphorisms* (Louisville: Fons Vitae, 2005)

²¹ AL-Ghazali, I. (1999). *Menyingkap Hati Menghampiri Ilahi: Ziarah Ruhani Bersama Imam al-Ghazali*. Bandung: Pustaka Hidayah.

qana'ah, seseorang lebih mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan, sehingga, tidak akan terjerumus dalam keserakahan terhadap dunia.

Individu yang mempunyai sikap qana'ah tidak dianjurkan untuk mencemaskan masa depan yang belum tentu terjadi. Sebaliknya, mereka diminta agar lebih fokus pada kebutuhan jangka pendek, seperti kehidupan sehari-hari atau rencana dalam waktu dekat (sebulan). Menghayal keinginan yang jauh diluar jangkauan hanya akan menumbuhkan sifat tamak, yang pada akhirnya bisa menimbulkan ketidakpuasan dan kegelisahan dalam hati. Oleh karena itu, qanaah menjadi kunci dalam menjaga ketenangan batin, melatih rasa syukur, serta menghindarkan dari sifat tamak dan kerakusan dalam hal duniawi. Dengan sifat tersebut, seseorang dapat lebih mudah menerima takdir Allah dengan ikhlas serta menjalani hidup yang lebih sederhana dan penuh berkah.

Al-Ghazali juga menjelaskan bahwa qana'ah erat kaitannya dengan sikap zuhud yaitu tidak terikat pada dunia, serta tawakal, yakni berserah diri kepada Allah dalam segala urusan. Sikap qana'ah menjadi cara yang efektif agar dapat mengendalikan hawa nafsu dan menekan keinginan yang berlebihan terhadap duniawi.²² Individu yang memiliki sikap qana'ah tidak akan diliputi rasa iri atau amarah saat menyaksikan orang lain memperoleh lebih, karena ia memahami bahwa rezeki yang ditetapkan Allah pada setiap individu berbeda ukurannya. Qana'ah juga dapat menjadi solusi bagi seseorang yang terlalu mencintai dunia, harta, dan kekuasaan. Dengan memahami bahwa kebahagiaan sejati tidak bergantung pada kekayaan materi, seseorang dapat hidup dengan lebih damai dan tidak terjebak dalam ambisi duniawi yang tiada akhir.

Qanaah adalah sikap menerima dengan ridha segala pemberian Allah, merasa cukup tanpa keluhan, serta tidak tamak terhadap harta orang lain. Sikap ini menumbuhkan rasa syukur, kesabaran dalam menghadapi ujian, dan hidup sederhana tanpa berlebihan.²³ Dalam ajaran islam, qana'ah merupakan bagian dari akhlak mulia (dikenal juga dengan istilah fada'il, al-akhlak al-mahmudah, atau

²² Ibn 'Atha'illah al-Iskandari, *al-Hikam*, diterjemahkan oleh Victor Danner sebagai *The Book of Wisdoms: Kitab Al-Hikam, a Collection of Sufi Aphorisms* (Louisville: Fons Vitae, 2005)

²³ Hamka. (2015). *Tasawuf Modern*. Jakarta: Republika Penerbit.

virtues) yang ditandai dengan penerimaan terhadap keadaan meskipun tidak ideal, serta rasa cukup yang tumbuh dari iman, yang pada akhirnya akan membawa seseorang untuk merasa damai dan tidak terjerumus dalam keserakahan duniawi.²⁴ Dengan demikian, qana'ah bukan hanya sikap pasrah, melainkan juga mencerminkan usaha yang disertai kesadaran akan rasa cukup pemberian Allah. Sikap ini menuntun seseorang pada ketenangan batin, menjauhkan dari sikap tamak dan kecemasan akan duniawi, serta membantu menjalani hidup yang sederhana, penuh syukur dan ikhlas.

2. Aspek-Aspek Qana'ah

Dalam buku yang berjudul “Qana'ah dalam Psikologi Islam” (2023). Terdapat empat aspek qana'ah yaitu:²⁵

- a. Value yakni kepercayaan dan prinsip hidup dimana seseorang meyakini bahwa kecukupan yang dimilikinya datang dari Allah, bukan dari jumlah materi yang dimiliki.
- b. Fulfillment yakni merasa cukup atas apa yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan, yang dicirikan dengan rasa puas dan keyakinan bahwa kebutuhan dasar sudah terpenuhi.
- c. Control yakni pengendalian diri dari dorongan hawa nafsu, yang didasarkan pada kesadaran spiritual bahwa kepuasan bukan sekedar terpenuhinya kesenangan duniawi, melainkan berkaitan erat dengan hubungan seorang hamba dengan Allah. Hal ini mencakup untuk tidak berlebihan mengonsumsi nikmat dari Allah.
- d. Acceptance yakni sikap menerima nikmat dari Allah, meskipun sedikit jumlahnya atau tidak sesuai dengan ekspektasi. Seseorang yang memiliki sikap ini akan langsung merasa cukup serta tidak menginginkan melebihi apa yang telah dianugerahkan.

²⁴ Ahmad Rusdi, Willi Ashadi, Libbie Annatagia, Mira Aliza Rachmawati, dan Resnia Novitasari, *Qana'ah dalam Psikologi Islam: Analisis Tematik pada Kitab Ihya* (Yogyakarta: Istana Agency, 2023), hlm.115.

²⁵ Ibid., hlm.117.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Qana'ah

Terdapat 5 faktor yang dapat mempengaruhi qana'ah pada diri seseorang, menurut Al Faruq yakni:²⁶

- a. Kekuatan iman: Memiliki keimanan dan keyakinan bahwa Allah memiliki sifat Yang Maha Agung dan Maha Sempurna, dan mempercayai atas segala yang terjadi dengan izin dan kehendak Allah.
- b. Keyakinan terhadap ketentuan rezeki: Menyakini bahwa Allah telah menentukan rezeki setiap hambanya, serta manusia harus selalu berusaha, berdoa, dan berikhtiar atas rezeki yang diberikan.
- c. Mentadabur ayat Al-Qur'an: Merenungi dan memahami ayat Al-Quran supaya mampu memahami dan mengamalkan petunjuk yang Allah berikan didalamnya.
- d. Memahami hikmah perbedaan rezeki: Memahami bahwa rezeki bukan hanya harta atau materi, tetapi kesehatan termasuk rezeki yang Allah berikan kepada hambanya.
- e. Melihat ke bawah dalam hal dunia: Menyadari bahwa kemiskinan dan kekayaan adalah bentuk ujian dari Allah kepada hamba-Nya, sehingga mendorong untuk selalu bersyukur atas ketetapan Allah.

B. Perilaku Konsumtif

1. Definisi Perilaku Konsumtif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perilaku diartikan sebagai segala bentuk tindakan atau aktivitas yang dilakukan oleh manusia sebagai respon terhadap lingkungan atau rangsangan. Sedangkan kata 'konsumtif' sering diartikan sebagai konsumerisme. Dalam KBBI, konsumtif adalah kata sifat yang berarti hanya menggunakan atau menghabiskan daripada memproduksi atau menciptakan sesuatu secara mandiri.²⁷

²⁶ Al Faruq, U. (2012). Dahsyatnya ikhlas sabar qana'ah. Surakarta: Ziyad.

²⁷ KBBI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (<https://kbbi.web.id/konsumtif> diakses tanggal 18 Februari 2025, from.)

Konsumerisme adalah pemahaman pada individu atau kelompok mempergunakan barang hasil produksi secara berlebihan, tanpa disadari, dan secara terus-menerus.²⁸ Ketika individu menjadikan perilaku konsumtif sebagai *lifestyle*, sehingga dapat dipastikan dia mempunyai perilaku konsumerisme. *Lifestyle* sendiri merupakan pola hidup yang menuntun seseorang dalam menentukan pemanfaatan waktu, uang, dan energinya, sekaligus mencerminkan nilai, perasaan, dan preferensinya. Pilihan gaya hidup tersebut mempengaruhi perilaku pembelian seseorang, yang kemudian bisa berdampak pada perubahan atau pengaruh terhadap gaya hidup itu sendiri.

Menurut American Marketing Association, perilaku konsumtif mencerminkan proses interaksi kompleks antara pengaruh luar, kesadaran diri, respon individu, dan situasi lingkungan dan berlangsungnya aktivitas pertukaran dalam kehidupan sehari-hari.²⁹ Sementara itu, perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan dalam membeli atau menggunakan barang bukan lagi berpegang atas alasan rasional, namun didorong oleh hasrat yang tidak logis.

Berikutnya, Sumartono mengartikan perilaku konsumtif sebagai kegiatan menggunakan barang secara berlebihan sehingga barang tersebut tidak digunakan dan menjadi sia-sia, contohnya jika seseorang belum menyelesaikan penggunaan suatu produk namun telah beralih menggunakan produk serupa dari merek berbeda, atau membeli barang karena tergiur oleh penawaran menarik, serta membeli produk hanya karena ikut-ikutan banyak orang yang menggunakannya.³⁰ Seseorang dianggap konsumtif ketika membeli barang melampaui kebutuhan rasional, dimana keputusan pembelian bukan lagi berdasarkan pada kebutuhan pokok (need) namun karena dorongan keinginan (want).³¹

²⁸ Nufian S. Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Malang: UB Press, 2019), hlm 37.

²⁹ J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. (2013) *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, ed. ke-9, terj. Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Salemba Empat.

³⁰ Sumartono. (2002). Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan Iklan Televisi. Bandung: Alfabeta.

³¹ Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri*. Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi, 2(4), 5-13.

Kegiatan mengonsumsi merupakan hal yang lazim terjadi, namun banyaknya hal baru penawaran kebutuhan yang ditawarkan agar orang mengkonsumsinya. Hal tersebut menjadikan sebagian orang memakai produk bukan karena membutuhkan secara fungsional, melainkan karena pengaruh lingkungan, adu gengsi, dan menunjukkan status atau sekedar gaya hidup.³² Seorang muslim dianjurkan untuk hidup sederhana, menghindari sikap boros dan berlebihan, serta menyesuaikan kebutuhan dengan anggaran yang tersedia. Hal tersebut dapat dilihat dalam Al-Qur'an, tepatnya pada Surat Al-A'raf ayat 31, Allah mengatakan:

يٰۤاٰدَمُ خُذْوَ زَيْنَتَكَۢمۡ عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوۡا وَاشْرَبُوۡا وَلَا تُسْرِفُوۡاۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيۡنَ

Artinya: “ Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap memasuki masjid, Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf: 31)

Kesimpulannya perilaku konsumtif adalah individu yang menggunakan barang atau jasa secara berlebihan, tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang wajar, namun lebih dipengaruhi oleh keinginan, gaya hidup, dan faktor lingkungan.

2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pendapat Lina dan Rosyid, perilaku konsumtif dapat dikategorikan ke dalam tiga aspek, yaitu:³³

a. Pembelian secara Impulsif (Impulsive buying)

Perilaku yang ditunjukkan dengan membeli barang agar dapat memuaskan keinginan sesaat, tanpa melakukan pertimbangan, serta tidak memperhitungkan dampak jangka panjang, dan umumnya dipengaruhi oleh faktor emosional.

b. Pemborosan (Wasteful buying)

³² Sopiah, S. (2003) Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Penerbit Andi.

³³ Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri*. Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi. Nomor 4 Tahun 1997.

Mengacu pada penggunaan dana dalam jumlah besar yang tidak didasarkan pada kebutuhan utama.

c. Pencarian Kesenangan (Non rational buying)

Dapat ditandai dengan kecenderungan membeli barang demi memperoleh rasa puas dan bahagia, khususnya untuk meningkatkan penampilan.

Menurut Salsa Ayu (2023), aspek-aspek perilaku konsumtif meliputi beberapa hal berikut:³⁴

- a. Pemborosan yakni membeli tanpa mempertimbangkan manfaat jangka panjang atau urgensi kebutuhan.
- b. Pembelian impulsif yakni ketika membeli barang tanpa perencanaan dan memikirkan kebutuhan sebenarnya, keputusan dalam membeli sering dipicu oleh emosi sesaat.
- c. Pemenuhan keinginan merupakan membeli barang untuk memuaskan keinginan pribadi meski tidak terlalu dibutuhkan.
- d. Status yakni seseorang yang melakukan pembelian untuk meningkatkan status sosial atau menunjukkan prestise.

3. Indikator Perilaku Konsumtif

Berikut merupakan Indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono :³⁵

- a. Pembelian karena adanya tawaran hadiah.
Seseorang cenderung tertarik pada saat berbelanja produk karena tertarik dengan hadiah yang diberikan sebagai bagian dari promosi.
- b. Pembelian produk yang dipengaruhi daya tarik kemasan.
Konsumen cenderung menunjukkan minat terhadap produk yang menggunakan pengemasan rapi dan menarik.

³⁴ Salsa. A. (2013). Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa ditinjau dari gaya hidup. Universitas Semaraang.

³⁵ Sumartono. (2002). Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan Iklan Televisi. Bandung: Alfabeta.

- c. Membeli untuk mempertahankan penampilan dan gengsi.
Mempunyai gaya berpakaian, berdandan, dan merapikan rambut, serta berbagai hal lainnya, bermaksud menarik perhatian orang lain.
- d. Membeli karena mempertimbangkan harga dan tidak mempertimbangkan kegunaan serta manfaatnya. Sehingga seseorang cenderung memakai sesuatu yang mewah dan mahal.
- e. Melakukan pembelian sebagai upaya mempertahankan simbol status. Membeli suatu produk untuk menunjukkan posisi seksual agar dihormati orang lain.
- f. Menggunakan produk semata-mata karena terpengaruh oleh model yang mengiklankannya.
Model yang mengiklankan merupakan tokoh yang diidolakan, sehingga apapun yang dipakai akan ditiru sehingga merasa tertarik untuk membelinya.
- g. Produk yang dibeli dengan harga tinggi dapat menaikkan tingkat kepercayaan diri seseorang.
Pembelian tersebut bukan didasari oleh kebutuhan, melainkan bertujuan agar meningkatkan kepercayaan diri melalui penggunaan barang mahal.
- h. Cenderung mencoba produk-produk sejenis dari berbagai merek, meskipun produk yang sudah ada belum sepenuhnya termanfaatkan.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler dan Armstrong, ada empat faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yakni:³⁶

³⁶ Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed). Pearson Education Limited.

1. Faktor Budaya

Faktor budaya memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, dengan beberapa unsur utama sebagai berikut :

- a) Peran Budaya, budaya membentuk nilai, kepercayaan, dan norma yang mempengaruhi preferensi serta konsumsi individu dalam masyarakat.
- b) Sub Budaya, kelompok dalam suatu budaya yang memiliki nilai, keyakinan, dan kebiasaan khas, yang membedakannya dari budaya utama dan mempengaruhi pola konsumsi anggotanya.
- c) Kelas Sosial Pembeli, masyarakat secara umum memiliki stratifikasi sosial, di mana tingkat ini dapat terbentuk dalam sistem kasta. Setiap individu dibesarkan dalam peran tertentu dan memiliki keterbatasan dalam mengubah status sosialnya.

2. Faktor Sosial

Selain budaya, faktor sosial juga mempengaruhi perilaku konsumen yang terdiri dari beberapa aspek berikut :

- a) Kelompok Acuan (Referensi), sekelompok orang yang menjadi acuan atau mempengaruhi keputusan pembelian seseorang.
- b) Keluarga, meskipun konsumen tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya, namun keluarga memiliki pengaruh pada sebelum memutuskan pembelian.
- c) Peran dan Status, setiap individu memiliki peran dan status tertentu dalam masyarakat, yang mempengaruhi pilihan produk dan pola konsumsi sesuai dengan posisi sosialnya.

3. Faktor Pribadi

Faktor-faktor pribadi turut menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk, meliputi :

- a) Usia dan Tahapan Siklus Hidup, dengan seiring bertambahnya usia, preferensi dan pilihan produk seseorang cenderung mengalami perubahan.

- b) Pekerjaan dan jenis profesi yang dimiliki seseorang mempengaruhi pola konsumsinya, karena kebutuhan dan preferensi produk dapat berbeda-beda tergantung pada bidang pekerjaan yang dijalani.
- c) Keadaan ekonomi, pilihan produk sangat dipengaruhi oleh situasi keuangan individu, seperti pendapatan yang tersedia, tabungan, aset, utang, kemampuan kredit, serta pandangan terhadap pengeluaran dan kebiasaan menabung.
- d) Gaya Hidup, mencerminkan bagaimana individu berinteraksi dengan lingkungan secara keseluruhan, yang mempengaruhi preferensi dan pola konsumsinya.
- e) Kepribadian dan Konsep Diri, Faktor ini membantu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek tertentu, karena konsumen biasanya memilih barang yang mencerminkan karakter dan gambaran dirinya.

4. Faktor Psikologis

Terdapat 4 faktor psikologis yang mempengaruhi pembelian yakni:

- a) Motivasi, merupakan dasar dorongan yang terdapat di setiap individu dalam pembelian dan penggunaan terhadap suatu produk.
- b) Persepsi, merupakan penafsiran individu mengenai informasi suatu produk berdasarkan iklan, ulasan, pengetahuan, dan pengalaman, yang membentuk pandangan positif atau negatif terhadap produk tersebut, dan mempengaruhi keputusan pembelian.
- c) Pengalaman Belajar, perilaku konsumen dapat terbentuk dan berkembang melalui pengalaman serta proses pembelajaran yang dialaminya.
- d) Sikap dan Keyakinan atau Agama, keyakinan merupakan pemikiran deskriptif seseorang terhadap sesuatu, yang dapat didasarkan pada fakta, opini, atau iman tanpa muatan

emosional. Namun, sikap mencerminkan evaluasi, perasaan, dan- kecenderungan terhadap suatu objek yang menentukan apakah akan menyukai atau menghindarinya.

C. Perilaku konsumtif Dalam Belanja Online

Adanya kemajuan teknologi dan kemudahan akses ke platform *e-commerce*, kecenderungan konsumen untuk berbelanja secara online semakin meningkat.³⁷ Perilaku tersebut mencerminkan kecenderungan individu untuk membeli produk dalam jumlah berlebihan tanpa perencanaan matang, sering kali hanya didorong oleh impuls sesaat atau pengaruh eksternal seperti iklan serta media sosial.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh berbagai platform *e-commerce* adalah salah satu komponen yang mendorong peningkatan perilaku konsumen. Konsumen cenderung membeli barang yang tidak benar-benar dibutuhkan karena diskon besar, gratis ongkos pengiriman, cashback, dan opsi cicilan tanpa kartu kredit.³⁸ Selain itu, kemudahan akses serta kenyamanan belanja dari rumah, semakin banyak orang yang melakukan transaksi tanpa pertimbangan dampaknya pada keuangan.

Dari sudut pandang psikologis, Rasa takut ketinggalan tren menjadi salah satu pemicu utama munculnya perilaku konsumtif dalam aktivitas belanja online. Banyak yang percaya bahwa dengan mengikuti trend yang sedang berkembang merupakan cara agar tetap relevan di lingkungan sosialnya. Selain itu, belanja online kerap dijadikan sebagai bentuk pelepas stres atau sebagai media hiburan oleh sebagian orang. Pada akhirnya, dapat menyebabkan kebiasaan belanja konsumtif.³⁹

Dampak dari perilaku konsumtif bisa bersifat positif maupun negatif. Di Sisi positif, tingginya transaksi belanja online dapat mendorong pertumbuhan ekonomi

³⁷ Kotler, P. (2020). *Marketing Management* (15th ed).

³⁸ Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (18th ed). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

³⁹ Dittmar, H. (2008). *Consumer Culture, Identity, and Well-Being*. Psychology Press.

digital serta mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.⁴⁰ Namun, disisi negatif, perilaku konsumtif berpotensi menyebabkan pemborosan finansial, penumpukan barang yang tidak diperlukan, serta ketergantungan terhadap belanja online yang dapat menimbulkan permasalahan ekonomi.

Untuk mengendalikan perilaku konsumtif dalam belanja online, individu perlu lebih bijak dalam mengelola keuangan. Beberapa langkah yang dapat diterapkan antara lain menetapkan anggaran belanja yang jelas, menunda keputusan pembelian untuk memastikan tingkat kebutuhan barang tersebut, serta membatasi akses terhadap aplikasi belanja jika diperlukan.⁴¹ Dengan menerapkan pendekatan yang lebih terencana dan sadar, konsumen dapat menghindari dampak negatif dari perilaku konsumtif serta memanfaatkan belanja online secara bijak.

D. Hubungan Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Berbelanja Online

Fenomena belanja online yang semakin berkembang sudah memicu perilaku konsumtif diantara mahasiswi. Kemudahan akses terhadap berbagai platform *e-commerce* membuat mahasiswi lebih sering berbelanja tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku konsumtif mahasiswi saat berbelanja online sering mengarah pada pemborosan (*tabzir*) dan kelebihan (*israf*) menurut pandangan ekonomi Islam. Namun, kebiasaan konsumtif yang berlebihan ini bertolak belakang dengan prinsip qana'ah (rasa cukup) serta efisiensi dalam penggunaan harta. Individu yang memiliki sikap qana'ah lebih cenderung mempertimbangkan aspek urgensi dan manfaat sebelum melakukan pembelian. Islam menganjurkan konsumsi yang bijak, mengutamakan kebutuhan daripada keinginan, serta menghindari pemborosan.⁴²

⁴⁰ OECD. (2021). *E-Commerce Trends and Consumer Behavior*. (<https://www.oecd.org/digital/e-commerce-trends> ,diakses pada 21 Februari 2025.)

⁴¹ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press.

⁴² Nurul Huda dan Muhammad Iqbal, (2021). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa terhadap Jual Beli Online dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam.

mahasiswi rantau cenderung menghadapi tantangan finansial yang lebih banyak dibandingkan mahasiswa yang tinggal bersama keluarga. Dalam konteks ini, sikap qana'ah berperan penting dalam mengontrol perilaku konsumtif mereka. seseorang dengan tingkat qana'ah yang tinggi biasanya lebih pandai dalam mengatur pengeluaran secara bijaksana dan tidak mudah tergoda oleh tren konsumsi berlebihan. Sebaliknya, mahasiswi dengan tingkat qana'ah yang rendah lebih rentan terhadap godaan konsumsi impulsif, terutama dalam hal belanja online yang menawarkan kemudahan transaksi dan berbagai promosi menarik.⁴³

Pada mahasiswi a fakultas psikologi, sikap qana'ah memiliki hubungan yang signifikan dengan pola konsumsi mereka. Semakin besar tingkat qana'ah seseorang, semakin kecil kecenderungan mereka untuk membeli barang-barang yang tidak esensial. Dari hasil analisis menyatakan bahwasannya mahasiswi dengan tingkat qana'ah tinggi lebih mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta cenderung memilih untuk menabung dibandingkan menghabiskan uang untuk belanja konsumtif.⁴⁴

Mahasiswi lebih berisiko mengalami perilaku konsumtif dibandingkan mahasiswi, terutama terkait belanja online produk *fashion* dan kecantikan. Namun, mereka yang memiliki sikap qana'ah tinggi cenderung lebih mampu mengendalikan diri serta tidak mudah terpengaruh oleh tren konsumsi. Kontrol diri yang kuat, dikombinasikan dengan nilai qana'ah, membantu seseorang untuk menahan dorongan membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan.⁴⁵

Pemikiran Buya Hamka tentang qana'ah ditandai dengan kepuasan terhadap apa yang dimiliki, yang membuat seseorang tidak mudah tergoda oleh godaan konsumsi yang tidak perlu. Implementasi sikap qana'ah pada kegiatan harian tidak hanya membantu individu dalam mengelola keuangan, tetapi juga meningkatkan

⁴³ Dwi Astuti, Siti Zubaidah, dan Muhammad Iqbal, Hubungan Qana'ah dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Rantau, Jurnal Consulenza, 2022.

⁴⁴ Reiza Julitasari, *Pengaruh antara Qana'ah terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau*, Universitas Islam Riau, 2020.

⁴⁵ Siti Aisyah dan Ahmad Fauzi, *Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi: Qana'ah dan Kontrol Diri*, Indonesian Gender and Child Journal, 2021.

kesejahteraan psikologis karena mereka lebih mampu mengontrol keinginan berlebih.⁴⁶ Dalam perspektif etika konsumsi Islam, qana'ah merupakan salah satu prinsip utama yang membantu individu untuk menjaga keseimbangan dalam mengelola keuangan. Penerapan qana'ah tidak hanya mengurangi kebiasaan konsumtif yang berlebihan, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang, seperti kebebasan finansial dan ketenangan jiwa.⁴⁷

Aspek sosial dan budaya juga mempengaruhi bagaimana seseorang mengimplementasikan qana'ah dalam aktivitas sehari-hari. Dalam lingkungan keluarga yang menanamkan nilai kesederhanaan, individu cenderung memiliki kontrol yang lebih baik terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, individu yang sering terpapar lingkungan konsumtif lebih berisiko mengembangkan kebiasaan belanja yang tidak terkontrol.⁴⁸

Adapun gaya hidup hedonis seringkali menjadi faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif. Individu yang memiliki sikap qana'ah lebih waspada dalam mengeluarkan uang dan tidak gampang terpengaruh oleh lingkungan yang konsumtif. Dalam konteks ini, qana'ah berperan sebagai mekanisme pengendalian diri yang membantu individu untuk tetap fokus pada kebutuhan pokok dan menghindari gaya hidup yang boros.⁴⁹ Selain itu, pembelian impulsif juga merupakan salah satu bentuk perilaku konsumtif yang paling sering terjadi dalam transaksi online. Sikap qana'ah dapat berfungsi sebagai strategi efektif dalam mencegah *impulsive buying*. Seseorang yang memiliki nilai qana'ah lebih

⁴⁶ Saskia Rizki Pratiwi, *Qana'ah sebagai Pencegahan Perilaku Konsumtif: Perspektif Buya Hamka*, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021.

⁴⁷ Armina, *Pengaruh Konsep Diri, Prestige, dan Qana'ah terhadap Keputusan Pembelian*, Repository UIN Jakarta, 2021.

⁴⁸ Ika Rahmadani, Rahmat Rizki, dan Winda Putri Diah Restya, *Hubungan antara Qana'ah dan Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA Negeri 3 Banda Aceh*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Kedokteran, 2018.

⁴⁹ Wulan Muawaliyah, *Hubungan antara Sikap Qana'ah dan Gaya Hidup Hedonis*, IAIN Surakarta, 2020.

cenderung mempertimbangkan kembali keputusan pembelian mereka dan mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan sesaat.⁵⁰

Belanja online lewat media sosial berpengaruh besar dalam meningkatkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswi. Kemudahan akses dan berbagai tawaran menarik membuat mahasiswi semakin sering membeli barang yang sebenarnya tidak mereka perlukan. Media sosial tidak hanya berperan sebagai platform jual beli, tetapi juga menjadi faktor utama yang mendorong pola konsumsi impulsif melalui iklan, ulasan produk dari influencer, dan sistem rekomendasi yang disesuaikan dengan preferensi pengguna. Mahasiswi yang aktif di media sosial lebih rentan terhadap godaan diskon dan promo eksklusif, yang akhirnya meningkatkan frekuensi transaksi online dan mengarah pada kebiasaan konsumtif yang tidak terkendali.⁵¹

Akses yang mudah, beragam produk, dan berbagai promosi di platform *e-commerce* menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswi melakukan pembelian secara impulsif. Selain faktor eksternal, tekanan sosial juga turut berkontribusi dalam meningkatkan perilaku konsumtif. Mahasiswi cenderung membeli barang-barang tertentu untuk menyesuaikan diri dengan tren sosial yang berkembang, terutama dalam kategori *fashion*, *gadget*, dan produk kecantikan. Keinginan untuk terlihat *up to date* di lingkungan sosial mereka sering kali membuat keputusan pembelian menjadi kurang rasional. Faktor psikologis seperti kepuasan emosional setelah berbelanja juga berperan dalam memperkuat kebiasaan konsumtif, terutama ketika belanja digunakan sebagai sarana untuk mengatasi stres atau kebosanan.⁵²

⁵⁰ Armina, *Pengendalian Impulsive Buying melalui Konsep Qudwah dan Qana'ah dalam Perspektif Etika Konsumsi*, Jurnal Al-Tsawah, 2022.

⁵¹ Nini Sri Wahyuni dan Istiana Istiana, *Pengaruh Belanja Online di Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Medan Area*, Jurnal P3K, 2022.

⁵² Minanda, Roslan, dan Anggraini, *Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari*, Jurnal NeoSocietal, 2021.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang diajukan mengenai masalah penelitian, yang disusun berdasarkan teori dan diyakini paling masuk akal dan memiliki peluang kebenaran yang tinggi.⁵³

Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “Terdapat hubungan yang negatif antara Qana’ah dengan Perilaku Konsumtif pada Wanita dalam Berbelanja Online (Studi pada Mahasiswi UIN Walisongo)”.

1. Hipotesis Nihil (H_0) : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara qana’ah dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Walisongo dalam berbelanja online.
2. Hipotesis (H_a) : Terdapat Hubungan yang signifikan antara qana’ah dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Walisongo dalam berbelanja online.

Dasar pengambilan keputusan dengan :

- Nilai signifikansi $<0,05$ maka hipotesis diterima.
- Nilai signifikansi >0.05 maka hipotesis ditolak.

⁵³ Suryono. (2013). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Dalam Bidang Kesehatan. Yogyakarta: Nuhs Medika

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian menerapkan jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang menekankan pemrosesan data dalam bentuk angka untuk mengukur secara sistematis apakah terdapat hubungan atau perbedaan antarvariabel yang diteliti.⁵⁴ Metode ini memanfaatkan data numerik sepanjang tahapan penelitian mulai dari pengumpulan, analisis, hingga penyajian, sehingga memungkinkan pelaksanaan penelitian pada populasi atau sampel secara terstruktur dan terukur.⁵⁵

Metode penelitian yang digunakan bersifat korelasional kuantitatif, yaitu pendekatan yang berupaya mengukur korelasi numerik antara dua variabel atau lebih. Dalam studi ini, peneliti mengamati sejauh mana variabilitas antar variabel saling terkait, tanpa melakukan manipulasi terhadapnya.⁵⁶ Penelitian kuantitatif korelasional ini menggunakan data numerik mengenai qana'ah dan perilaku konsumtif dalam berbelanja online pada mahasiswi UIN Walisongo. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah menggunakan teknik analisis korelasi. Dengan metode ini, peneliti dapat mengamati kekuatan dan arah hubungan antara kedua variabel secara objektif dan tanpa intervensi.

B. Variabel Penelitian

Sugiyono menjelaskan bahwa variabel adalah karakteristik atau nilai yang dimiliki oleh individu, objek atau aktivitas yang diteliti, yang menunjukkan adanya perbedaan atau variasi. Penelitian menganalisis nilai-ini untuk mendapatkan kesimpulan yang bersifat ilmiah.⁵⁷ Dalam penelitian ini, terdapat dua kategori variabel: variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen X

⁵⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 1997, h.5

⁵⁵ Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Ed. Revisi. (Jakarta: PT. Rineka Cipta), 2013

⁵⁶ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 1997, h.21

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta), 2015, h.61

berfungsi sebagai faktor yang menyebabkan atau memicu perubahan pada variabel lainnya. Variabel dependen Y adalah faktor yang nilai atau keberadaannya dipengaruhi oleh variabel independen.⁵⁸ Sesuatu dapat dianggap sebagai variabel penelitian jika hal tersebut ditentukan oleh peneliti sebagai objek yang akan diobservasi atau diukur untuk mengumpulkan data dan mengambil kesimpulan ilmiah.⁵⁹

Dalam studi ini, terdapat dua variabel utama yang menjadi perhatian, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen):

1. Variabel Bebas (Independen) yang juga dikenal sebagai Variabel X, adalah jenis variabel yang dapat mempengaruhi atau mengubah variabel lain ketika keduanya berada dalam waktu yang bersamaan. Dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) adalah qana'ah. Qana'ah merupakan bagian dari akhlak yang baik (dan sering disebut juga sebagai fada'il, al-akhlak al-mahmudah, atau virtues), yang ditandai dengan penerimaan pada kondisi meskipun tidak sempurna, serta adanya rasa cukup yang berasal dari iman. Hal ini pada akhirnya membantu seseorang merasa tenang dan terhindar dari sifat tamak terhadap dunia.⁶⁰
2. Variabel Terikat (Dependen) yang dikenal juga sebagai Variabel Y, adalah variabel yang mengalami perubahan karena pengaruh dari variabel bebas.⁶¹ Dalam penelitian ini variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif, yaitu aktivitas individu yang memakai barang atau layanan secara berlebihan, tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang rasional. Dalam hal ini, keputusan pembelian bukan didasarkan pada kebutuhan dasar (need) tetapi lebih karena keinginan (want), Seseorang yang

⁵⁸ Tulus Winarsunu, (2015) Statistik Dalam Penelitian Psikologi & Pendidikan, (Malang: UMM Press), hal.4.

⁵⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta), 2015, h.60

⁶⁰ Ahmad Rusdi, Willi Ashadi, Libbie Annatagia, Mira Aliza Rachmawati, dan Resnia Novitasari, *Qana'ah dalam Psikologi Islam: Analisis Tematik pada Kitab Ihya* (Yogyakarta: Istana Agency, 2023).

⁶¹ Tulus Winarsunu, 2015, Statistik Dalam Penelitian Psikologi & Pendidikan, (Malang: UMM Press), hal.3

memiliki perilaku konsumtif cenderung membeli suatu produk akibat dorongan emosional, tawaran menarik, atau mengikuti tren tanpa memikirkan manfaat dan kebutuhan yang rasional.⁶²

C. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan cara supaya variabel dapat dijelaskan, sehingga dapat diukur dalam penelitian. Dengan kata lain, definisi ini menjelaskan variabel secara jelas dan nyata sehingga dapat digunakan dalam proses penelitian.⁶³ Dua variabel yang menjadi fokus penelitian ini adalah variabel bebas (Qana'ah) dan variabel terikat (Perilaku Konsumtif):

1. Qana'ah

Qana'ah yaitu karakter moral yang baik yang dimiliki seseorang, ditandai dengan penerimaan terhadap kondisi yang kurang dari harapan, serta rasa cukup atas apa yang dimiliki. Sikap ini didasarkan oleh keimanan bahwa segala yang Allah berikan itu yang terbaik dan pada akhirnya akan membawa seseorang untuk merasa damai dan tidak terjerumus dalam keserakahan duniawi. Sikap ini mencerminkan kepuasan batin seseorang terhadap apa yang dimilikinya, sikap ini bukan menolak usaha, tetapi lebih mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan, sehingga seseorang dapat hidup dengan lebih tenang dan bersyukur. Qanaah memiliki beberapa aspek sebagai berikut:⁶⁴

- a. Value (konseptualisasi harta)
- b. Fullfilment (ketepatan dalam menentukan standar kebutuhan)
- c. Control (pengendalian syahwat)
- d. Acceptance (penerimaan terhadap keadaan)

⁶² Sumartono. (2002). Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan Iklan Televisi. Bandung: Alfabeta.

⁶³ Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kuantitatif, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group) 2009, h.94-95

⁶⁴ Ahmad Rusdi, Willi Ashadi, Libbie Annatagia, Mira Aliza Rachmawati, dan Resnia Novitasari, *Qana'ah dalam Psikologi Islam: Analisis Tematik pada Kitab Ihya* (Yogyakarta: Istana Agency, 2023).

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yakni kecenderungan individu pada saat membeli produk secara berlebihan sehingga produk tersebut tidak digunakan dan menjadi sia-sia, tanpa mempertimbangkan kebutuhan rasional, melainkan lebih didorong oleh keinginan. Perilaku konsumtif menurut Salsa (2023) dibagi menjadi empat aspek yakni sebagai berikut:⁶⁵

- a. Pemborosan
- b. Pembelian Impulsif
- c. Pemenuhan keinginan
- d. Status

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam sebuah studi, Populasi adalah semua subjek atau objek di suatu area yang memiliki ciri-ciri tertentu dan berkaitan dengan fokus penelitian.⁶⁶ Populasi meliputi semua individu yang menjadi target penelitian, yang nantinya digeneralisasi berdasarkan data dari sebagian kecil kelompok (sampel).⁶⁷ Dengan demikian, pemilihan sampel yang representatif sangat penting, karena sampel yang baik harus mencerminkan karakteristik keseluruhan populasi.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang terpilih untuk mewakili keseluruhan kelompok tersebut. Idealnya, sampel mencerminkan jumlah dan karakteristik populasi. Jika populasi terlalu banyak serta adanya

⁶⁵ Salsa. A. (2013). Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa ditinjau dari gaya hidup. Universitas Semarang.

⁶⁶ Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raya Grafindo Persada, 2010), hlm 74

⁶⁷ Tulus Winarsunu, *Statistik Dalam Penelitian Psikologi & Pendidikan*, (Malang: UMM Press), 2015, h. 11

keterbatasan dana, waktu, atau tenaga penelitian membuat pengambilan data terhadap seluruh populasi tidak memungkinkan, maka peneliti memilih sebagian populasi sebagai sampel. Oleh karena itu, sangat penting bahwa sampel yang digunakan bersifat representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara akurat.⁶⁸

Dalam penelitian kuantitatif, umumnya tidak memungkinkan untuk mengkaji seluruh populasi akibat keterbatasan waktu, tenaga, dan sumber daya. Oleh sebab itu, digunakan teknik pengambilan sampel yang bisa mewakili populasi secara keseluruhan, maka peneliti menerapkan *Non-Probability Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel tanpa peluang yang sama untuk setiap anggota populasi. Teknik ini dipilih karena peneliti menetapkan kriteria khusus dan tidak menggunakan prosedur acak. Khususnya, penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, yaitu pemilihan responden secara sengaja sesuai dengan kriteria yang selaras atas tujuan penelitian. Berikut kriteria yang diperlukan dalam penelitian:

- a. Mahasiswa aktif UIN Walisongo
- b. Pernah melakukan belanja online dalam satu bulan terakhir

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian kuantitatif biasanya mengacu pada beberapa pedoman ahli: Sugiyono (2017) menyarankan ukuran sampel ideal antara 30–500 responden.⁶⁹ Frankel dan Wallen (2018) menegaskan bahwa jumlah minimal responden harus 100 untuk penelitian kuantitatif.⁷⁰ Sementara Arikunto (2010) mengatakan bahwasannya populasi lebih dari 100 orang, cukup mengambil antara 10–15 % dari populasi sebagai sampel representatif.⁷¹

Sulit untuk mengetahui dengan pasti berapa jumlah populasi yang sebenarnya pada penelitian ini. Dengan demikian, teknik penentuan sampel

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlmn 143

⁶⁹ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

⁷⁰ Frankel, J.R., & Wallen, N.E. (2018). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: McGraw-Hill.

⁷¹ Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

tidak menggunakan perhitungan rumus tertentu, melainkan mengacu pada standar yang dikemukakan oleh Sugiyono, jumlah sampel yang layak dalam penelitian kuantitatif berkisar antara 30 hingga 500 responden, tergantung pada jenis penelitian serta tingkat heterogenitas populasi. Berdasarkan pertimbangan tersebut, peneliti menetapkan jumlah sampel 100-150 responden. Pemilihan jumlah ini dilakukan dengan mempertimbangkan keterjangkauan populasi, keterbatasan sumber daya, serta relevansi jumlah sampel terhadap keakuratan hasil penelitian.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah langkah yang diambil oleh peneliti untuk memperoleh data yang berkaitan dengan tujuan penelitian.⁷² Pada penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara online melalui Google Form. Kuesioner tersebut digunakan untuk memperoleh informasi mengenai qana'ah dan perilaku konsumtif dalam berbelanja online dari responden yang telah ditentukan. Penggunaan kuesioner dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar secara efisien serta memberikan hasil yang sistematis.

Kuesioner pada penelitian ini dirancang dengan menggunakan skala Likert untuk mengevaluasi sikap, pendapat dan kecenderungan perilaku responden terhadap suatu fenomena. Setiap item terdiri dari pertanyaan dengan mengkategorikan dalam dua jenis yakni favorable (positif) dan unfavorable (negatif). Pertanyaan favorable menunjukkan dukungan pada sikap yang diukur, namun pernyataan unfavorable menunjukkan penolakan serta ketidakcocokan terhadap sikap tersebut. Dengan metode ini, data yang diperoleh diharapkan dapat menggambarkan kecenderungan sikap dan perilaku responden secara akurat serta mendukung analisis penelitian.

Variabel yang diukur pada penelitian ditampilkan dalam bentuk blueprint, yang merupakan kerangka logis yang menghubungkan berbagai aspek penelitian secara sistematis. Blueprint mencerminkan keterkaitan antara rumusan masalah,

⁷² Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Hal 105

pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kerangka teori, konsep penelitian, metode, serta validitas penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan dua skala pengukuran, di mana masing-masing skala memiliki batasan yang telah ditetapkan berdasarkan definisi operasional.

1. Instrumen Qana'ah

Dalam penelitian ini, untuk mengukur qana'ah, digunakan skala qana'ah yang dikembangkan oleh Ahmad Rusdi, Willi Ashadi, Libbie Annatagia, Mira Aliza Rachmawati, dan Resnia Novitasari, "Qana'ah dalam Psikologi Islam: Analisis Tematik pada Kitab Ihya"⁷³

TABEL 3. 1 Skor Skala Likert Qana'ah

Kategori Jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Sesuai	5	1
Sesuai	4	2
Netral	3	3
Tidak Sesuai	2	4
Sangat Tidak Sesuai	1	5

TABEL 3. 2 Blue Print Qana'ah

No	Aspek	Indikator	Kalimat item		Jumlah item
			Favorable	Unfavorable	
1	Values	1. Memahami bahwa sebanyak apa harta yang dimiliki pasti	Bagi saya, memiliki harta banyak tidak mendatangkan rasa puas	Kepuasan hidup diraih dengan memiliki harta banyak	4

⁷³ Ahmad Rusdi, Willi Ashadi, Libbie Annatagia, Mira Aliza Rachmawati, dan Resnia Novitasari, *Qana'ah dalam Psikologi Islam: Analisis Tematik pada Kitab Ihya* (Yogyakarta: Istana Agency, 2023).

		tidak akan puas dan dianggap sedikit	saya tidak menilai kepuasan hidup berdasarkan jumlah harta yang saya miliki	Saya merasa harta yang saya miliki masih belum cukup	
		2. Mencari harta bukan menjadi fokus kesibukannya	Bagi saya, melakukan pekerjaan yang memberi manfaat lebih penting daripada hanya mengutamakan penghasilan	Bagi saya, apapun pekerjaannya harus menghasilkan uang yang banyak	4
			Saya lebih memilih pekerjaan yang memberikan dampak positif bagi orang lain, meskipun gajinya tidak besar	Saya merasa pekerjaan hanya layak dilakukan jika menghasilkan penghasilan yang besar	
		3. Memahami bahwa nikmat yang Allah berikan	Saya merasa apa yang saya miliki sudah cukup, karena	Saya merasa masih kurang atas apa yang	4

		sudah lebih dari cukup	saya percaya Allah telah memberikan yang terbaik	Allah berikan kepada saya	
			Saya merasa hidup saya telah diberi oleh Allah meskipun tidak berlimpah secara materi	Saya sering merasa kekurangan meskipun kebutuhan saya sudah terpenuhi	
2	Fullfilment	1. Puas dengan terpenuhinya kebutuhan pokok	Saya cenderung mengutamakan membeli barang yang saya butuhkan dan bermanfaat	Saya terkadang membeli barang yang tidak terlalu saya butuhkan	4
			Saya merasa hidup saya sudah cukup tanpa mengikuti tren	Saya merasa tidak lengkap jika tidak dapat membeli barang yang sedang tren	
		2. Menggunakan barang-barang yang sederhana	Saya lebih memilih barang yang sederhana tetapi	Saya merasa kurang percaya diri jika tidak memakai	4

			bermanfaat dari pada barang bermerek	barang bermerek	
			Saya merasa nyaman menggunakan barang yang sederhana tanpa perlu mengikuti tren	Saya sering membeli barang mahal agar terlihat lebih bergensi	
		3. Tidak berangan- angan menumpuk harta	Harta bagi saya adalah titipan Allah, bukan untuk dikumpulkan sebanyak mungkin	Saya merasa harta yang saya miliki sangat sedikit, sehingga ingin meraih harta yang lebih	4
			Saya merasa bahagia bisa berbagi kepada sesama yang membutuhkan	Saya jarang sedekah walaupun sedang memiliki uang lebih	
		4. Sudah cukup dengan kelengkapan harta yang Allah berikan	Saya meyakini bahwa harta yang saya miliki saat ini sudah mencukupi	Saya merasa kebutuhan saya masih banyak yang belum terpenuhi	4

			kebutuhan saya	karena kurangnya harta	
			Saya merasa harta yang saya miliki merupakan terbaik untuk saya	Saya merasa kurang puas terhadap harta milik saya dan selalu ingin lebih	
3	Control	1. Berhati-hati terhadap tuntutan syahwat, karena tidak pernah berhenti meminta	Saya mampu menahan diri untuk tidak mengikuti kebutuhan yang berlebih dalam membeli barang	Saya mudah merasa tergoda membeli produk yang tidak saya perlukan cuma karena ingin mengikuti tren gaya hidup	4
			Saya sadar pentingnya mengontrol kebutuhan agar tidak terjebak dalam pembelian barang yang hanya sekedar ingin dimiliki	Saya merasa tidak mudah menahan kebutuhan untuk membeli barang baru, meskipun saya tidak membutuhkan nya	
		2. Meninggalkan	Saya sudah mengurangi	Saya masih merasa perlu	4

		n keinginan buruk	keinginan belanja yang berlebihan dalam diri saya	membeli barang yang sebenarnya tidak penting	
			Saya membeli barang dengan mempertimban gkan kegunaan dan seberapa penting barang tersebut	Saya membeli barang karena barang tersebut terlihat lucu	
		3. Tidak terobsesi pada apa yang dimiliki orang lain	Saya merasa nyaman atas apa yang saya miliki, dan tidak tergoda dengan milik orang lain	Saya merasa tenang setelah membandingk an diri saya dengan orang lain	4
			Saya tidak merasa tertarik untuk memiliki barang yang sama dengan milik orang lain	Saya merasa iri dengan gaya hidup yang dimiliki orang lain	
		4. Memperbany ak diam dari ucapan yang sia-sia	Saya menghindari membicarakan keburukan orang lain	Saya sering membicarakan orang lain saat santai	4

			Saya lebih memilih diam agar terhindar dari pembicaraan yang menimbulkan dosa	Saya tidak peduli ucapan saya bisa menimbulkan dosa atau tidak	
4	Acceptance	1. Tetap bahagia ketika mendapatkan harta yang sederhana	Saya merasa bahagia dengan kehidupan sederhana yang saya jalani	Saya merasa kurang puas dengan kehidupan yang saya jalani saat ini	4
			Saya merasa bahagia dengan harta yang saya miliki karena sudah mencukupi kebutuhan	Saya merasa tidak cukup atas harta yang saya miliki, meskipun kebutuhan sudah terpenuhi	
		2. Tetap bahagia ketika mendapatkan hasil di bawah harapan	Saya menerima hasil yang saya dapatkan dengan lapang dada, meskipun itu	Saya merasa kecewa dan tidak puas ketika hasil yang saya dapatkan lebih rendah dari	4

			tidak sejalan dengan harapan saya	yang saya harapkan	
			Saya tetap merasa bahagia atas apa yang Allah berikan, meskipun hasilnya tidak sesuai harapan saya	Saya kecewa terhadap ketentuan Allah ketika hasil yang saya peroleh tidak sesuai harapan	

TABEL 3. 3 Sebaran Item Qana'ah

No	Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Favorable	Unfavorable	
1	Value	1. Memahami bahwa sebanyak apa harta yang dimiliki pasti tidak akan puas dan dianggap sedikit	1,27	14,40	4
		2. Mencari harta bukan menjadi fokus kesibukan	15,41	2,28	4
		3. Memahami bahwa nikmat yang Allah berikan sudah lebih dari cukup	3,29	16,42	4

2	Fullfilment	1. Puas dengan terpenuhinya kebutuhan pokok	17,43	4,30	4
		2. Menggunakan barang-barang yang sederhana	5,31	18,44	4
		3. Tidak berangan-angan menumpuk harta	19,45	6,32	4
		4. Sudah cukup dengan kelengkapan harta yang Allah berikan	7,33	20,46	4
3	Control	1. Berhati-hati terhadap tuntutan syahwat, karena tidak pernah berhenti meminta	21,47	8,34	4
		2. Meninggalkan keinginan buruk	9,35	22,48	4
		3. Tidak terobsesi pada apa yang dimiliki orang lain	23,49	10,36	4
		4. Memperbanyak diam dari ucapan sia-sia	11,37	24,50	4
4	Acceptance	1. Tetap bahagia ketika mendapatkan harta yang sederhana	25,51	12,38	4
		2. Tetap bahagia ketika mendapatkan hasil di bawah harapan	13,39	26,52	4

2. Instrumen Perilaku Konsumtif

Dalam penelitian ini peneliti mengadopsi sebuah instrumen pada penelitian sebelumnya yang berjudul “Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Ditinjau dari Gaya Hidup” oleh Salsa Ayu (2023).⁷⁴

TABEL 3. 4 Skor Skala Likert Perilaku Konsumtif

Kategori Jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Sesuai	5	1
Sesuai	4	2
Netral	3	3
Tidak Sesuai	2	4
Sangat Tidak Sesuai	1	5

TABEL 3. 5 Blue Print Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Indikator	Kalimat item		Jumlah Item
			Favorable	Unfavorable	
1	Pemborosan	1. Belanja berlebihan	Saya membeli banyak barang sekaligus saat belanja online	Saya fokus pada satu barang yang akan saya beli di aplikasi belanja online	4
			Saya sering melakukan pembelian secara online hampir setiap bulan	Saya selalu memberikan batasan dalam berbelanja	

⁷⁴ Salsa. A. (2013). Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Ditinjau dari Gaya Hidup. Universitas Semarang.

		2. Pembelian tanpa pikir panjang	Saya suka membeli barang secara tiba-tiba	Saya tidak akan membeli barang secara random tanpa mempertimbang kan kegunaannya	4
			Saya akan langsung melakukan pembelian produk yang terlihat menarik	Saya tidak suka melakukan pembelian tanpa ada keinginan yang mendalam	
2	Pembelian Impulsif	1. Pembelian tanpa rencana	Saya senang membeli barang melalui online secara spontan	Saya tidak akan melakukan pembelian barang secara online tanpa pertimbangan yang matang	4
			Saya tidak tahan jika tidak membeli barang di aplikasi belanja online	Saya tidak akan membeli barang yang pertama kali saya lihat secara spontan	
		2. Penawaran menarik	Voucher gratis ongkos kirim yang ditawarkan di	Saya tidak suka berbelanja banyak barang untuk	4

			aplikasi belanja online membuat saya tertarik untuk berbelanja	mendapatkan penawaran yang menarik	
			Saya suka berbelanja online dengan iming-iming penawaran harga yang paling murah	Saya tidak akan membeli barang yang tidak saya inginkan meskipun sedang ada promo cuci gudang	
3	Pemenuhan Keinginan	1. Kesenangan pribadi	Saya senang berbelanja di aplikasi belanja online dengan harga yang miring	Saya tidak perlu membeli barang yang saya inginkan hanya sesaat	4
			Saya suka membeli pakaian ternama di aplikasi belanja online	Saya tidak suka membeli barang yang tidak saya inginkan hanya untuk membuat diri saya senang	
		2. Memuaskan keinginan	Saya suka berbelanja online untuk mendapatkan harga yang paling murah	Saya tidak ingin melakukan pembelian hanya untuk mendapatkan hadiah menarik	4

			Saya gemar membeli produk yang sedang mengadakan diskon	Saya tidak harus memenuhi semua keinginan yang muncul dalam diri saya	
4	Status	1. Untuk mencapai status tertentu	Sebagai mahasiswi saya sering melakukan pembelian barang branded secara online	Saya membeli produk bermerek bukan sekedar menjaga gengsi supaya tidak dibilang ketinggalan zaman	4
			Sebagai mahasiswi saya selalu berbelanja produk yang sedang hits	Saya membeli produk bermerek bukan untuk mencari status sosial saya sebagai mahasiswi	
		2. Kemampuan membeli	Saya membeli produk ternama yang sedang menjadi pusat perhatian di kalangan mahasiswi	Saya tidak akan membeli barang yang akan saya gunakan untuk pamer kepada teman	4
			Saya sanggup membeli	Saya berbelanja online sesuai	

			barang yang tergolong mahal	dengan kapasitas bukan untuk membuktikan bahwa saya mampu membelinya	
--	--	--	-----------------------------	--	--

TABEL 3. 6 Sebaran Item Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Indikator	Kalimat item		Jumlah Item
			Favorable	Unfavorable	
1	Pemborosan	1. Belanja berlebihan	1,17	16,32	4
		2. Pembelian tanpa pikir panjang	15,31	2,18	4
2	Pembelian Impulsif	1. Pembelian tanpa rencana	3,19	14,30	4
		2. Penawaran menarik	13,29	4,20	4
3	Pemenuhan Keinginan	1. Kesenangan pribadi	5,21	12,28	4
		2. Memuaskan keinginan	11,27	6,22	4
4	Status	1. Untuk mencapai status tertentu	7,23	10,26	4
		2. Kemampuan membeli	9,25	8,24	4

F. Uji Keterbacaan

Uji keterbacaan adalah tahap untuk menguji sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dapat dipahami oleh responden yang memiliki karakteristik dengan subjek penelitian. Pada tahap ini tidak dilakukan penskoran, karena fokus utamanya adalah memperoleh masukan terkait kejelasan redaksi dan ketepatan pemilihan kata dalam setiap butir pertanyaan.⁷⁵ Uji keterbacaan dilakukan pada instrumen Qana'ah, sedangkan instrument Perilaku Konsumtif mengadopsi sebuah instrumen pada penelitian sebelumnya yang berjudul “Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Ditinjau dari Gaya Hidup” oleh Salsa Ayu (2023).

Uji keterbacaan instrumen Qana'ah dilakukan terhadap 5 orang Mahasiswa Aktif UIN Walisongo Semarang. Tiga orang menyatakan secara keseluruhan item dapat dipahami, namun dua orang lainnya memberikan masukan bahwa ada kata yang dirasa kurang baku, tabel di bawah ini menjelaskan lebih lanjut :

TABEL 3. 7 Hasil Uji Keterbacaan Item Qana'ah

No Item	Kalimat Item Sebelum Revisi	Kalimat Item Setelah Revisi
21	Saya mampu menahan diri untuk tidak mengikuti keinginan berlebih dalam membeli barang	Saya mampu menahan diri untuk tidak mengikuti keinginan <i>yang berlebihan</i> dalam membeli barang
28	Saya merasa pekerjaan hanya layak dilakukan jika memberikan penghasilan yang besar	Saya merasa pekerjaan hanya layak dilakukan jika <i>menghasilkan</i> penghasilan yang besar
30	Saya tidak lengkap jika tidak bisa membeli barang yang sedang tren	Saya <i>merasa</i> tidak lengkap jika tidak bisa membeli barang yang sedang tren

⁷⁵ Saifuddin Azwar, PenyusunSkala Psikologi, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012, hlm. 44

32	Saya jarang sedekah walaupun memiliki uang berlebih	Saya jarang sedekah walaupun <i>sedang</i> memiliki uang <i>lebih</i>
35	Saya membeli barang mempertimbangkan kegunaan dan kepentingannya	Saya membeli barang <i>dengan</i> mempertimbangkan kegunaan dan <i>seberapa penting barang tersebut</i>
47	Saya sadar pentingnya mengontrol keinginan agar tidak terjebak dalam pembelian barang yang hanya sekedar ingin dipunyai	Saya sadar pentingnya mengontrol keinginan agar tidak terjebak dalam pembelian barang yang hanya sekedar ingin <i>dimiliki</i>

Masukan dari uji keterbacaan ini menjadi pertimbangan penting dalam menyempurnakan redaksi instrumen pengukuran Qana'ah, sehingga diharapkan seluruh item pertanyaan dapat disampaikan dengan jelas dan tidak menimbulkan ambiguitas.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dimaksud untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian memang mencerminkan variabel yang ingin diteliti, sedangkan pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi seberapa konsisten instrumen dalam memberikan hasil pengukuran yang stabil dan dapat diandalkan.

a. Uji Validitas

Validitas diuji untuk menilai sejauh mana ketepatan suatu instrumen dalam merefleksikan konstruk yang ingin diteliti. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap butir dalam instrumen benar-benar mencerminkan konsep dan konstruk yang menjadi fokus penelitian. Dengan demikian, uji validitas sangatlah penting untuk menjamin ketepatan (accuracy) dari alat ukur. Menurut Azwar (2015), uji validitas merupakan alat ukur yang mampu mengungkapkan data dari variabel yang diukur

secara tepat. Instrumen yang valid akan menghasilkan data yang dapat menggambarkan fenomena yang ingin diteliti, bukan hanya sekedar menghasilkan skor.⁷⁶ Berikut ini merupakan penjelasan uji validitas dari instrumen Qana'ah dan Perilaku Konsumtif.

a. Instrumen Qana'ah

Uji validitas yang akan dilakukan pada instrumen Qana'ah yakni menggunakan metode validitas konstruk dengan menguji hubungan antara skor setiap butir pertanyaan dengan total skor variabelnya. Pengujian dilakukan menggunakan *Korelasi Pearson Product Moment*, sedangkan perhitungan data diproses dengan alat bantu SPSS for Windows versi 24.

Uji Korelasi Pearson Product Moment digunakan untuk melihat hubungan antara skor masing-masing item dengan total skor instrument, dengan asumsi bahwa data berdistribusi normal. Uji ini tidak hanya menentukan ada atau tidaknya hubungan, tetapi juga mengukur tingkat kekuatan dan arah hubungan. Metode ini juga sering digunakan untuk menguji keabsahan alat ukur kuesioner dalam penelitian kuantitatif, dengan cara menghubungkan nilai masing-masing item dengan nilai total.⁷⁷

Pada studi ini, analisis validitas dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS for Windows versi 24 sebagai sarana untuk memproses data. Kriteria untuk menguji validitas adalah sebagai berikut :

- Apabila nilai $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ atau nilai $\text{sig.}(2\text{-tailed}) < 0,05$ maka item tersebut dinyatakan ***Valid***
- Apabila nilai $r\text{-hitung} \leq r\text{-tabel}$ atau nilai $\text{sig.}(2\text{-tailed}) > 0,05$ maka item tersebut dinyatakan ***Tidak Valid*** dan dapat dikeluarkan dari analisis.

⁷⁶ Saifuddin Azwar, (2015), Reliabilitas dan Validitas, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm 12.

⁷⁷ Ernawati. 2022. Contoh Kasus dan Analisis Data dengan SPSS: Statistika Pada Tasawuf dan Psikoterapi, (UIN Walisongo Semarang), hal 110.

TABEL 3. 8 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	P (Sig.)	Keterangan
P1	0,52	0,1729	0,000	Valid
P2	0,556	0,1729	0,000	Valid
P3	0,53	0,1729	0,000	Valid
P4	0,492	0,1729	0,000	Valid
P5	0,646	0,1729	0,000	Valid
P6	0,538	0,1729	0,000	Valid
P7	0,568	0,1729	0,000	Valid
P8	0,517	0,1729	0,000	Valid
P9	0,509	0,1729	0,000	Valid
P10	0,55	0,1729	0,000	Valid
P11	0,608	0,1729	0,000	Valid
P12	0,686	0,1729	0,000	Valid
P13	0,55	0,1729	0,000	Valid
P14	0,564	0,1729	0,000	Valid
P15	0,539	0,1729	0,000	Valid
P16	0,446	0,1729	0,000	Valid
P17	0,594	0,1729	0,000	Valid
P18	0,656	0,1729	0,000	Valid
P19	0,606	0,1729	0,000	Valid
P20	0,572	0,1729	0,000	Valid
P21	0,641	0,1729	0,000	Valid
P22	0,555	0,1729	0,000	Valid
P23	0,617	0,1729	0,000	Valid
P24	0,518	0,1729	0,000	Valid
P25	0,572	0,1729	0,000	Valid
P26	0,479	0,1729	0,000	Valid
P27	0,442	0,1729	0,000	Valid
P28	0,569	0,1729	0,000	Valid
P29	0,598	0,1729	0,000	Valid
P30	0,66	0,1729	0,000	Valid
P31	0,567	0,1729	0,000	Valid
P32	0,602	0,1729	0,000	Valid
P33	0,55	0,1729	0,000	Valid
P34	0,594	0,1729	0,000	Valid
P35	0,629	0,1729	0,000	Valid
P36	0,655	0,1729	0,000	Valid

P37	0,615	0,1729	0,000	Valid
P38	0,565	0,1729	0,000	Valid
P39	0,621	0,1729	0,000	Valid
P40	0,534	0,1729	0,000	Valid
P41	0,471	0,1729	0,000	Valid
P42	0,711	0,1729	0,000	Valid
P43	0,578	0,1729	0,000	Valid
P44	0,654	0,1729	0,000	Valid
P45	0,518	0,1729	0,000	Valid
P46	0,521	0,1729	0,000	Valid
P47	0,547	0,1729	0,000	Valid
P48	0,453	0,1729	0,000	Valid
P49	0,479	0,1729	0,000	Valid
P50	0,547	0,1729	0,000	Valid
P51	0,664	0,1729	0,000	Valid
P52	0,533	0,1729	0,000	Valid

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti 129 mahasiswa sebagai responden. Dengan demikian, nilai r tabel ($df = N - 2$, jadi $df = 129 - 2 = 127$, $\alpha = 0.05$ dua arah) **r tabel sebesar 0,1729** berdasarkan signifikansi 0,05 (tabel r product moment). Sebuah instrumen akan dianggap valid jika nilai r -hitung $\geq r$ -tabel atau jika nilai signifikansi $\leq 0,05$. Hasil yang tercantum pada tabel 3.8 menunjukkan bahwa 52 item dinyatakan **Valid** karena memiliki r -hitung $\geq 0,1729$ dan **nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$** .

b. Instrumen Perilaku Konsumtif

Dalam Instrumen Perilaku Konsumtif mengadaptasi dari skripsi yang ditulis oleh Salsa Ayu Hakiki (2023) yang berjudul “Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Mahasiswa Ditinjau dari Gaya Hidup”.⁷⁸ Uji validitas dilakukan menggunakan analisis **Korelasi Pearson Product Moment**. Dalam konteks ini, metode korelasi pearson product moment digunakan untuk melihat hubungan antara skor masing-masing item

⁷⁸ Salsa. A. (2013). Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa ditinjau dari gaya hidup. Universitas Semarang.

dengan total skor instrument, dengan asumsi bahwa data berdistribusi normal. Pengujian ini tidak semata-mata bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel, tetapi juga mengukur tingkat keeratan serta arah hubungan tersebut. Selain itu, metode ini juga dapat diterapkan dalam pengujian validitas instrumen kuesioner dalam penelitian kuantitatif.⁷⁹ berikut merupakan acuan dalam pengujian validitas dijelaskan sebagai berikut :

- Apabila nilai $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$, maka item tersebut dinyatakan Valid
- Apabila nilai $r\text{-hitung} \leq r\text{-tabel}$, maka item tersebut dinyatakan Tidak Valid dan dapat dikeluarkan dari analisis.

Uji validitas dalam instrumen Perilaku Konsumtif ini memakai Pearson Product Moment dengan taraf signifikansi 0,300, yang menyatakan bahwa **30 item dinyatakan valid** dengan nilai korelasi antara **0,323 hingga 0,615**, sedangkan **2 item dinyatakan tidak valid atau gugur yakni item nomor 15 dan 19.**

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang konsisten ketika digunakan berulang kali pada subjek atau kondisi yang sama. Suatu instrumen dianggap reliabel apabila mampu memberikan hasil yang serupa setiap kali digunakan dalam situasi yang sejenis.⁸⁰ Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini turut dibantu oleh perangkat lunak statistik SPSS. Kriteria untuk menentukan reliabilitas instrumen dijelaskan sebagai berikut:

⁷⁹ Ernawati. 2022. Contoh Kasus dan Analisis Data dengan SPSS: Statistika Pada Tasawuf dan Psikoterapi, (UIN Walisongo Semarang), hal 110.

⁸⁰ Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. h 121.

- Jika nilai Alpha Cronbach $\geq 0,06$ maka instrumen dinyatakan Reliabel
- Jika nilai Alpha Cronbach $\leq 0,06$ maka instrumen dianggap Tidak Reliabel, sehingga perlu dilakukan perbaikan pada item kuesioner.

a. Instrumen Qana'ah

Dalam penelitian ini, instrumen Qana'ah yang digunakan akan diuji reliabilitasnya menggunakan teknik **Alpha Cronbach**. Pengujian reliabilitas berfungsi untuk memastikan bahwa instrumen yang dipakai dapat memberikan hasil yang konsisten saat digunakan berulang kali. Pengujian reliabilitas akan dilakukan dengan mengumpulkan data langsung dari responden melalui kuesioner yang disebar. Instrumen Qana'ah akan dianggap reliabel jika nilai **Alpha Cronbach $\geq 0,06$** . Uji reliabilitas akan dilakukan secara langsung berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari responden dalam penelitian ini untuk memastikan instrumen yang digunakan memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variabel Qana'ah.

TABEL 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Qana'ah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.959	52

Hasil dari pengujian reliabilitas pada skala Qana'ah menunjukkan nilai Cronbach Alpha dengan skor 0,959 dan N of Items 52, berdasarkan hasil tersebut, instrumen dinyatakan **Reliabel** karena nilai Cronbach Alpha **0,959 > 0,60**.

b. Instrumen Perilaku Konsumtif

Dalam Instrumen Perilaku Konsumtif uji reliabilitas mengadaptasi dari skripsi yang ditulis oleh Salsa Ayu Hakiki (2023) yang berjudul “Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Mahasiswa Ditinjau dari Gaya Hidup”.⁸¹ Dalam uji reliabilitas menggunakan teknik **Alpha Cronbach**, dan menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,902 dan N of Items 30. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen perilaku konsumtif tergolong sangat reliabel, karena jika nilai Alpha Cronbach **0,902 $\geq$ 0,06** sehingga hasil instrumen dianggap **Reliabel**.

H. Metode Analisis Data

Data yang dikumpulkan dari kuesioner akan dianalisis menggunakan metode statistik kuantitatif dalam penelitian ini. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 24. Tahapan analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan melalui beberapa tahap sebagaimana dijelaskan berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dimanfaatkan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data, termasuk distribusi frekuensi, rata-rata (mean), serta standar deviasi dari setiap variabel yang diteliti.

2. Uji Prasyarat Analisis

- Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data memiliki berdistribusi. Metode Kolmogorov-Smirnov digunakan apabila sampel lebih dari 50, sedangkan metode Shapiro-Wilk digunakan jika jumlah sampel 50 atau kurang. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (p) $> 0,05$.
- Uji Linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel bersifat linier. Hubungan tersebut dikatakan linier apabila nilai signifikansi (p) $< 0,05$.

⁸¹ Salsa. A. (2013). Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa ditinjau dari gaya hidup. Universitas Semarang.

- Uji Hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel qana'ah dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja online. Jika data berdistribusi normal, maka digunakan uji Korelasi Pearson Product Moment. Namun apabila data tidak berdistribusi normal, maka uji Spearman Rank digunakan sebagai alternatif. Interpretasi hasil uji korelasi sebagai berikut :
 - $R\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ menunjukkan adanya hubungan yang signifikan.
 - R positif (+) menunjukkan hubungan searah.
 - R negatif (-) menunjukkan hubungan berlawanan.
 - Besarnya nilai r (Skor Pearson Correlation) menunjukkan kekuatan hubungan antar variabel.

Pedoman derajat hubungan menggunakan acuan sebagai berikut :

- Nilai Pearson Correlation 0,00 – 0,20 = tidak ada korelasi
- Nilai Pearson Correlation 0,21 – 0,40 = korelasi lemah
- Nilai Pearson Correlation 0,41 – 0,60 = korelasi sedang
- Nilai Pearson Correlation 0,61 – 0,80 = korelasi kuat
- Nilai Pearson Correlation 0,81- 1,00 = korelasi sempurna

Seluruh tahapan analisis data pada penelitian akan dikerjakan melalui perangkat lunak *IBM SPSS Statistics versi 24* untuk memastikan akurasi dan konsistensi perhitungan. Dengan mengikuti tahapan analisis yang telah direncanakan, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai Hubungan qana'ah dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja online pada wanita studi pada mahasiswi UIN Walisongo Semarang.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskriptif Data Penelitian

Analisis deskriptif bertujuan untuk menyajikan karakteristik utama dari data, mencakup nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (mean), serta standar deviasi dari tiap variabel penelitian. Metode tersebut penting dilakukan untuk memberikan gambaran menyeluruh terkait pola hubungan antara qana'ah dan perilaku konsumtif dalam konteks belanja online pada mahasiswi UIN Walisongo. Data tersebut dihasilkan dari pengolahan menggunakan perangkat lunak SPSS Statistics versi 24.

TABEL 4. 1 Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Qana'ah	129	130.00	260.00	190.2636	38.36228
Perilaku Konsumtif	129	37.00	107.00	74.1473	19.67514
Valid N (listwise)	129				

Data dari tabel diatas menunjukkan bahwa hasil variable Qana'ah memperoleh skor minimum 130, skor maksimum 260, mean (rata-rata) dibulatkan 190 dan standar deviation dibulatkan 38. Kemudian hasil variabel Perilaku Konsumtif memperoleh skor minimum 37, skor maksimum 107, mean (rata-rata) dibulatkan 74 dan standar deviasi dibulatkan menjadi 20.

Berikutnya yakni setiap responden dikategorikan berdasarkan skor yang didapatkan. Setiap responden dikelompokkan ke dalam tiga kategori berdasarkan skor yang diperoleh yakni rendah, cukup, tinggi. Ini menunjukkan bahwa responden dalam kategori tinggi menunjukkan tingkat qana'ah dan perilaku konsumtif yang tinggi, begitu juga pada kategori rendah, dan cukup.

TABEL 4. 2 Norma Kategori Skor

Kategori	Norma
Tinggi	$X > M + 1SD$
Cukup	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Rendah	$X < M - 1SD$

Keterangan :

X : Skor Responden

M : Mean

SD : Standar Deviasi

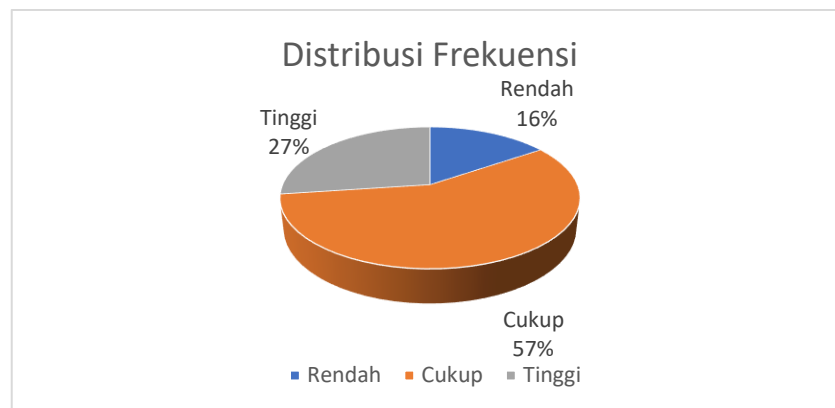
Berdasarkan Tabel 4.2, akan dilakukan perhitungan sesuai dengan Norma Kategori Skor yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian, setiap responden dapat dikategorikan ke dalam tingkat rendah, cukup, atau tinggi berdasarkan skor yang diperoleh pada skala Qana'ah dan Perilaku Konsumtif.

1. Langkah Hitung Qana'ah

- $X > M + 1SD = X > 190 + 38 = X > 228$
- $X < M - 1SD = X < 190 - 38 = X < 152$

TABEL 4. 3 Norma Kategori Qana'ah

Kategori	Skor
Tinggi	> 228
Cukup	152-228
Rendah	< 152

GAMBAR 4. 1 Kategori Qana'ah

Hasil yang diperoleh dari Tabel 4.3 dengan bantuan program *Microsoft Excel 2021* menunjukkan bahwa dari total 129 responden Mahasiswi UIN Walisongo, sebanyak 74 responden (57%) dalam kategori Qana'ah **Cukup**, kemudian 35 responden (27%) dalam kategori **Tinggi**, dan 20 responden (16%) dalam kategori **Rendah**.

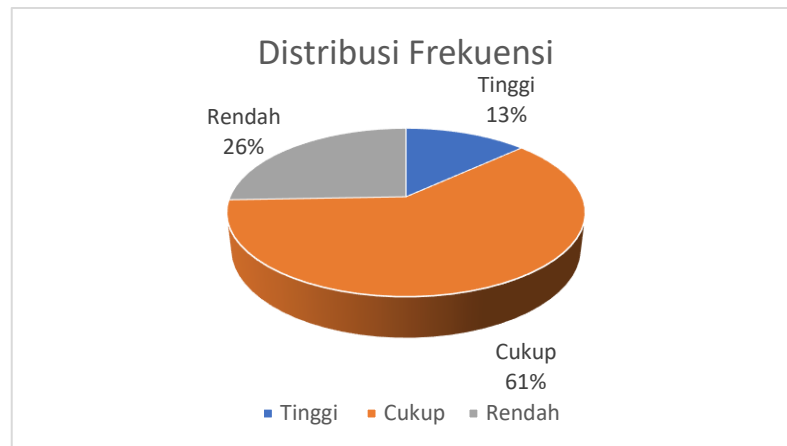
Hal tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat Qana'ah cukup, menunjukkan kecenderungan positif dalam rasa cukup dan pengendalian diri. Selain itu, proporsi Qana'ah tinggi lebih besar dari pada rendah, mencerminkan arah perkembangan karakteristik Qana'ah yang baik di kalangan Mahasiswi UIN Walisongo.

2. Langkah Hitung Perilaku Konsumtif

- $X > M + 1SD = X > 74 + 20 = X > 94$
- $X < M - 1SD = X < 74 - 20 = X < 54$

TABEL 4. 4 Norma Kategori Perilaku Konsumtif

Kategori	Skor
Tinggi	>94
Cukup	54-94
Rendah	<54

GAMBAR 4. 2 Kategori Perilaku Konsumtif

Berdasarkan Tabel 4.5 yang diolah menggunakan *Microsoft Excel 2021* menjelaskan dari total 129 responden Mahasiswi UIN Walisongo, sebanyak 79 responden (61%) berada pada kategori Perilaku Konsumtif **Cukup**, kemudian 33 responden (26%) berada dalam kategori **Rendah**, dan 17 responden (13%) dalam kategori **Tinggi**.

Hal tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat perilaku konsumtif yang cukup, yang berarti mereka cenderung tidak terlalu boros, namun juga belum sepenuhnya hemat. Presentase perilaku konsumtif rendah lebih besar daripada tinggi, mengindikasikan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif berlebihan masih relatif rendah di kalangan mahasiswi UIN Walisongo.

2. Uji Prasyarat Analisis

a) Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk memastikan distribusi data dan dilakukan melalui metode *Kolmogorov-Smirnov Test* menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 24. Data berdistribusi normal apabila angka signifikansi $> 0,05$. Jika angka signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

TABEL 4. 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		129
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.11077191
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.042
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.188 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji normalitas memakai metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* melalui bantuan software IBM SPSS Statistics 24 menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,188 > 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa data residual mengikuti *berdistribusi normal*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas residual dalam penelitian ini telah terpenuhi.

b) Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linier antara variabel bebas (Qana'ah) dan variabel terikat (Perilaku Konsumtif). Uji linier dilakukan dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics 24*. Terdapat hubungan linier antara Variabel bebas (Qana'ah) dengan variabel terikat (Perilaku Konsumtif) jika nilai signifikansi Deviation from linearity $> 0,05$. sebaliknya, jika nilai signifikansi Deviation from linearity $< 0,05$ maka tidak ada hubungan yang linier antara variabel bebas dan terikat. Berikut ini merupakan tabel hasil uji linieritas.

TABEL 4. 6 Uji Linieritas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif* Qana'ah	Between Groups	(Combined)	49369.702	125	394.958	6.564	.072
		Linearity	43311.510	1	43311.510	719.859	.000
		Deviation from Linearity	6058.191	124	48.856	.812	.699
	Within Groups		180.500	3	60.167		
	Total		49550.202	128			

Hasil Uji Linieritas yang disajikan pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai signifikansi Deviation from linearity **0,699 > 0,05** menunjukkan bahwa terdapat *hubungan linier antara variabel Qana'ah dan Perilaku Konsumtif*.

c) Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilaksanakan untuk menunjukkan kebenaran hipotesis yang diajukan oleh peneliti. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah Terdapat Hubungan Qana'ah dengan Perilaku Konsumtif pada Wanita dalam Berbelanja Online (Studi pada Mahasiswi UIN Walisongo). Uji hipotesis dikerjakan menggunakan *teknik pearson correlation* karena data berdistribusi normal dan dibantu dengan program *IBM SPSS Statistics versi 24*. Pedoman dalam menentukan keputusan sebagai berikut :

- Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka berkorelasi
- Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak berkorelasi

Pedoman derajat hubungan menggunakan acuan sebagai berikut :

- Nilai Pearson Correlation 0,00 – 0,20 = tidak ada korelasi
- Nilai Pearson Correlation 0,21 – 0,40 = korelasi lemah
- Nilai Pearson Correlation 0,41 – 0,60 = korelasi sedang
- Nilai Pearson Correlation 0,61 – 0,80 = korelasi kuat
- Nilai Pearson Correlation 0,81- 1,00 = korelasi sempurna

TABEL 4. 7 Hasil Uji Hipotesis

Correlations			
		Qana'ah	Perilaku konsumtif
Qana'ah	Pearson Correlation	1	-.886**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	129	129
Perilaku konsumtif	Pearson Correlation	-.886**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	129	129

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

Berdasarkan hasil uji korelasi yang disajikan pada Tabel 4.8 diperoleh nilai signifikansi (2-tailed) $0,00 < 0,05$ dengan demikian hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_a diterima. Dengan kata lain, terdapat Hubungan yang signifikan antara qana'ah dengan perilaku konsumtif pada wanita dalam berbelanja online (studi pada mahasiswa UIN Walisongo).

Nilai koefisien *Pearson Correlation* $-0,886$ menunjukkan bahwa hubungan antara dua variabel bersifat negatif. Dalam pedoman derajat hubungan $-0,886$ masuk dalam korelasi sempurna. Kesimpulan dari hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat dan negatif antara variabel X dan Y, yang berarti semakin tinggi variabel qana'ah maka semakin rendah variabel perilaku konsumtif, begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat qana'ah semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien *Pearson Correlation* $-0,886$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini mengindikasikan adanya hubungan negatif yang sangat kuat dan signifikan antara Qana'ah dan Perilaku Konsumtif pada wanita dalam berbelanja online studi pada mahasiswa UIN Walisongo. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat qana'ah yang dimiliki mahasiswa, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif.

Sebelum menarik kesimpulan, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik. Pada uji normalitas, diperoleh hasil bahwa data skor qana'ah dan perilaku

konsumtif berdistribusi normal, ditunjukkan oleh nilai signifikansi $0,188 > 0,05$. Dengan demikian, data residual memenuhi asumsi normal. Selanjutnya, hasil uji linieritas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang bersifat linier antara variabel qana'ah dan variabel perilaku konsumtif, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi Deviation from Linearity $0,699 > 0,05$. Dengan demikian, hubungan antara kedua variabel dapat diterima secara statistik dan layak dijadikan dasar dalam analisis lebih lanjut.

Qana'ah memiliki empat aspek utama, yaitu nilai (value), pemenuhan kebutuhan yang tepat (fullfilment), kendali terhadap hawa nafsu (control), dan penerimaan terhadap keadaan (acceptance). Aspek-aspek ini mendorong seseorang untuk merasa cukup serta bersyukur atas segala yang dimiliki, serta tidak terobsesi pada pemenuhan keinginan semata. Ketika mahasiswa mampu menginternalisasi dan menerapkan aspek-aspek tersebut dalam kehidupan sehari-hari, mereka akan memiliki kontrol diri yang baik terhadap dorongan memenuhi hasrat konsumtif yang tidak esensial.

Sebagai contoh, aspek control berkaitan dengan kemampuan dalam mengendalikan dorongan keinginan agar dapat membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan. Dalam ilmu psikologi dapat disebut self-regulation yaitu kemampuan individu dalam mengelola perilaku dan emosinya agar sejalan dengan tujuan jangka panjang. Mahasiswa yang memiliki pengendalian diri yang baik umumnya mampu mengatur keuangan secara lebih bijaksana, memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan, serta tidak mudah terpengaruh oleh tren dalam berbelanja online.

Penelitian lain juga menguatkan temuan ini. Fauziah (2021) menemukan bahwa individu dengan tingkat qana'ah tinggi cenderung menunjukkan sikap hemat dan menghindari pembelian yang tidak perlu, sehingga perilaku konsumtif dapat diminimalkan.⁸² Qana'ah berperan sebagai faktor protektif yang efektif dalam mengurangi dampak negatif gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa. Temuan

⁸² Fauziah, N., "Pengaruh Qana'ah terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa," Jurnal Psikologi Islam, Vol. 5, No. 2, 2021, hlm. 112-123.

ini selaras dengan hasil penelitian, mengungkap adanya hubungan negatif yang sangat kuat antara qana'ah dengan perilaku konsumtif.

Selain faktor internal, lingkungan kampus juga berperan penting dalam membentuk nilai-nilai qana'ah pada diri mahasiswi. Kampus yang menanamkan nilai-nilai keislaman, spiritualitas, dan moralitas akan memperkuat internalisasi sikap qana'ah. Lingkungan positif tersebut mendukung terbentuknya perilaku hidup sederhana, bersyukur, dan tidak berlebih-lebihan dalam konsumsi, baik pola konsumsi secara langsung offline maupun online. Oleh karena itu, penguatan nilai qana'ah berperan penting dalam menekan perilaku konsumtif sekaligus mendorong pola hidup yang lebih bijak, sederhana dan seimbang, baik pada tingkat individu maupun sosial.

Maka dari itu, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa qana'ah berperan penting dalam menekan kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswi. Hasil ini sejalan dengan pandangan teoritis bahwa qana'ah-melalui aspek nilai, pemenuhan kebutuhan, pengendalian diri, dan penerimaan-merupakan nilai spiritual yang mendorong sikap bersyukur dan tidak konsumtif.

Korelasi antara qana'ah dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja online pada mahasiswi UIN Walisongo termasuk dalam korelasi sempurna karena nilai koefisien korelasi diantara 0,81-1,00 menurut derajat pedoman hubungan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil analisis menggunakan uji *Pearson Correlation* melalui program perangkat lunak IBM SPSS Statistics 24 menunjukkan nilai sig. (*2-tailed*) $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien *Pearson Correlation* -0,886. Temuan ini mengindikasikan adanya Hubungan yang signifikan antara qana'ah dengan perilaku konsumtif pada wanita dalam berbelanja online (studi pada mahasiswi UIN Walisongo).

Nilai korelasi tersebut termasuk tergolong sebagai korelasi sempurna menurut pedoman derajat hubungan, dengan arah negatif. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara variabel Qana'ah dan Perilaku Konsumtif. Ini berarti bahwa mahasiswi yang memiliki tingkat qana'ah yang tinggi cenderung menunjukkan perilaku konsumtif rendah, sementara mahasiswi dengan tingkat qana'ah rendah cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswi

Bagi Mahasiswi diharapkan mampu menumbuhkan sikap qana'ah dalam kehidupan sehari-hari sebagai bentuk pengendalian terhadap dorongan konsumtif, dengan demikian, mahasiswi dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan serta terhindar dari perilaku konsumsi yang berlebihan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi Peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji hubungan qana'ah dengan perilaku konsumtif, disarankan untuk memperhatikan variabel lain yang mungkin berpengaruh, seperti pengaruh media sosial dan lingkungan pertemanan. Selain itu, mengingat penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data self report, peneliti selanjutnya mungkin dapat melakukan penelitian secara langsung atau metode campuran agar hasil yang lebih akurat dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Rusdi, Ashadi, W., Annatagia, L., Rachmawati, M. A., & Novitasari, R. (2023). *Qana'ah dalam psikologi Islam: Analisis tematik pada Kitab Ihya*. Istana Agency.
- Aini, & Andjarwati. (2020). Pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap perilaku mahasiswi dalam fashion. *Jurnal Studi Humaniora dan Teknologi*, 4(2), 45–60.
- Akbar, M. I. (2022). Hubungan antara qana'ah dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh (Skripsi). UIN Ar-Raniry.
- Al Faruq, U. (2012). *Dahsyatnya ikhlas sabar qana'ah*. Ziyad.
- Al-Ghazali, I. (1999). *Menyingkap hati menghampiri ilahi: Ziarah ruhani bersama Imam al-Ghazali*. Pustaka Hidayah.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Burhan Bungin. (2009). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Kencana Prenada Media Group.
- Dittmar, H. (2008). *Consumer culture, identity, and well-being*. Psychology Press.
- Fauziah, N. (2021). Pengaruh qana'ah terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Islam*, 5(2), 112–123.
- Frankel, J. R., & Wallen, N. E. (2018). *How to design and evaluate research in education*. McGraw-Hill.
- Hamka. (2015). *Tasawuf modern*. Republika Penerbit.
- Ibn 'Atha'illah al-Iskandari. (2005). *The book of wisdoms: Kitab al-hikam, a collection of sufi aphorisms* (V. Danner, Trans.). Fons Vitae.
- J. Paul Peter, & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (D. T. Dwiandani, Trans.; 9th ed.). Salemba Empat.
- Katadata. (2020, 5 Agustus). Riset KIC: Perempuan lebih sering belanja di e-commerce ketimbang pria. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/5f297dd1ae890/riset-kic-perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria>
- Kotler, P. (2020). *Marketing management* (15th ed.).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5–13.
- Martono, N. (2010). *Metode penelitian kuantitatif*. PT Raya Grafindo Persada.
- Muawiyah, W. (2022). Hubungan antara sikap qana'ah dengan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Raden Mas Said Surakarta (Skripsi). UIN Raden Mas Said.
- OECD. (2021). *E-commerce trends and consumer behavior*. <https://www.oecd.org/digital/e-commerce-trends>
- Saifuddin Azwar. (2015). *Reliabilitas dan validitas*. Pustaka Pelajar.

- Salsa. A. (2013). Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa ditinjau dari gaya hidup. Universitas Semarang.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Suryono. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam bidang kesehatan*. Nuhs Medika.
- Syawawi, M. R. (2023, November 5). Belanja online berdasarkan gender. *Mojok*. <https://mojok.co/terminal/belanja-online-berdasar-gender-shopee-dan-tokopedia-bersaing/>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The psychology of impulse buying: An integrative self-regulation approach. *Journal of Consumer Policy*, 34(2), 197–210.
- Wulan Muawaliyah. (2020). Hubungan antara sikap qana'ah dan gaya hidup hedonis (Skripsi). IAIN Surakarta.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Skala Likert Qana'ah dan Perilaku Konsumtif

Kategori Jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Sesuai	5	1
Sesuai	4	2
Netral	3	3
Tidak Sesuai	2	4
Sangat Tidak Sesuai	1	5

Item Pertanyaan Kuesioner Qana'ah

No	Item Pertanyaan	Favorable / Unfavorable
V A L U E S	Bagi saya, memiliki harta banyak tidak mendatangkan rasa puas	Favorable
	Kepuasan hidup diraih dengan memiliki harta banyak	Unfavorable
	saya tidak menilai kepuasan hidup berdasarkan jumlah harta yang saya miliki	Favorable
	Saya merasa harta yang saya miliki masih belum cukup	Unfavorable
	Bagi saya, melakukan pekerjaan yang memberi manfaat lebih penting daripada hanya mengutamakan penghasilan	Favorable
	Bagi saya, apapun pekerjaannya harus menghasilkan uang yang banyak	Unfavorable
	Saya lebih memilih pekerjaan yang memberikan dampak positif bagi orang lain, meskipun gajinya tidak besar	Favorable
	Saya merasa pekerjaan hanya layak dilakukan jika menghasilkan penghasilan yang besar	Unfavorable
	Saya merasa apa yang saya miliki sudah cukup, karena saya percaya Allah telah memberikan yang terbaik	Favorable
	Saya merasa kurang atas apa yang Allah berikan kepada saya	Unfavorable
	Saya merasa hidup saya telah diberi cukup oleh Allah meskipun tidak berlimpah secara materi	Favorable

	Saya sering merasa kekurangan meskipun kebutuhan saya sudah terpenuhi	Unfavorable
F U L L F I L M E N T	Saya lebih mengutamakan membeli barang yang saya butuhkan dan bermanfaat	Favorable
	Saya terkadang membeli barang yang tidak terlalu saya butuhkan	Unfavorable
	Saya merasa hidup saya sudah cukup tanpa mengikuti tren	Favorable
	Saya merasa tidak lengkap jika tidak bisa membeli barang yang sedang tren	Unfavorable
	Saya lebih memilih barang yang sederhana tetapi bermanfaat dari pada barang bermerek	Favorable
	Saya merasa kurang percaya diri jika tidak memakai barang bermerek	Unfavorable
	Saya merasa nyaman menggunakan barang yang sederhana tanpa perlu mengikuti tren	Favorable
	Saya sering membeli barang mahal agar terlihat lebih bergengsi	Unfavorable
	Harta bagi saya adalah titipan Allah, bukan untuk dikumpulkan sebanyak mungkin	Favorable
	Saya merasa harta yang saya miliki sangat sedikit, sehingga ingin meraih harta yang lebih	Unfavorable
	Saya merasa bahagia bisa berbagi kepada sesama yang membutuhkan	Favorable
	Saya jarang sedekah walaupun sedang memiliki uang lebih	Unfavorable
	Saya meyakini bahwa harta yang saya miliki saat ini sudah mencukupi kebutuhan saya	Favorable
	Saya merasa kebutuhan saya masih banyak yang belum terpenuhi karena kurangnya harta	Unfavorable
	Saya merasa harta yang saya miliki adalah yang terbaik untuk saya	Favorable
	Saya merasa kurang puas dengan harta yang saya miliki dan selalu ingin lebih	Unfavorable
C O N T R O L	Saya mampu menahan diri untuk tidak mengikuti kebutuhan yang berlebihan dalam membeli barang	Favorable
	Saya mudah merasa tergoda untuk membeli barang yang tidak saya butuhkan hanya untuk mengikuti tren gaya hidup	Unfavorable
	Saya sadar pentingnya mengontrol kebutuhan agar tidak terjebak dalam pembelian barang yang hanya sekedar ingin dimiliki	Favorable
	Saya merasa tidak mudah menahan untuk membeli barang baru, meskipun saya tidak membutuhkannya	Unfavorable

	Saya sudah mengurangi kebutuhan belanja yang berlebihan dalam diri saya	Favorable
	Saya masih merasa perlu membeli barang yang sebenarnya tidak penting	Unfavorable
	Saya membeli barang dengan mempertimbangkan kegunaan dan kepentingannya	Favorable
	Saya membeli barang karena barang tersebut terlihat lucu	Unfavorable
	Saya merasa nyaman dengan apa yang saya miliki, tidak tergoda dengan milik orang lain	Favorable
	Saya merasa tenang setelah membandingkan diri saya dengan orang lain	Unfavorable
	Saya tidak merasa tertarik untuk memiliki barang yang sama dengan milik orang lain	Favorable
	Saya merasa iri dengan gaya hidup yang dimiliki orang lain	Unfavorable
	Saya menghindari membicarakan keburukan orang lain	Favorable
	Saya sering membicarakan orang lain saat santai	Unfavorable
	Saya lebih memilih diam agar terhindar dari pembicaraan yang menimbulkan dosa	Favorable
	Saya tidak peduli ucapan saya bisa menimbulkan dosa atau tidak	Unfavorable
A C C E P T A N C E	Saya merasa bahagia dengan kehidupan sederhana yang saya jalani	Favorable
	Saya merasa kurang puas dengan kehidupan yang saya jalani saat ini	Unfavorable
	Saya merasa bahagia dengan harta yang saya miliki karena sudah mencukupi kebutuhan	Favorable
	Saya merasa tidak cukup dengan harta yang saya miliki, meskipun kebutuhan sudah terpenuhi	Unfavorable
	Saya menerima hasil yang saya dapatkan dengan lapang dada, meskipun itu tidak sesuai dengan harapan saya	Favorable
	Saya merasa kecewa dan tidak puas ketika hasil yang saya dapatkan lebih rendah dari yang saya harapkan	Unfavorable
	Saya tetap merasa bahagia atas apa yang Allah berikan, meskipun hasilnya tidak sesuai harapan saya	Favorable
	Saya kecewa terhadap ketentuan Allah ketika hasil yang saya peroleh tidak sesuai harapan	Unfavorable

Perilaku Konsumtif

No	Item Pertanyaan	Favorable / Unfavorable
1.	Saya membeli banyak barang sekaligus saat belanja online	Favorable
2.	Saya tidak akan membeli barang secara random tanpa mempertimbangkan kegunaannya	Unfavorable
3.	Saya senang membeli barang melalui online secara spontan	Favorable
4.	Saya tidak suka berbelanja banyak barang untuk mendapatkan penawaran yang menarik	Unfavorable
5.	Saya senang membeli barang di aplikasi belanja online dengan harga yang miring	Favorable
6.	Saya tidak membeli hanya karena mendapatkan penawaran hadiah yang menarik	Unfavorable
7.	Sebagai Mahasiswi saya sering melakukan pembelian barang mahal secara online	Favorable
8.	Saya tidak membeli barang hanya untuk pamer kepada teman	Unfavorable
9.	Saya membeli produk yang ternama di kalangan mahasiswi	Favorable
10.	Saya membeli produk yang ternama bukan sekedar gengsi, tetapi agar tidak dibilang ketinggalan zaman	Unfavorable
11.	Saya suka belanja online untuk mendapatkan harga murah	Favorable
12.	Saya tidak harus membeli barang karena keinginan sesaat	Unfavorable
13.	Gratis ongkos kirim yang ditawarkan aplikasi belanja online membuat saya tertarik untuk belanja	Favorable
14.	Saya tidak melakukan pembelian barang secara online tanpa pertimbangan yang matang	Unfavorable
15.	Saya fokus pada satu barang yang akan saya beli di aplikasi belanja online	Unfavorable
16.	Saya melakukan pembelian secara online hampir setiap bulan	Favorable
17.	Saya tidak suka melakukan pembelian tanpa ada keinginan yang mendalam	Unfavorable
18.	Saya tidak akan membeli barang yang tidak saya butuhkan meskipun sedang ada promo cuci gudang	Unfavorable
19.	Saya suka membeli pakaian ternama di aplikasi belanja online	Favorable

20.	Saya tidak harus memenuhi semua keinginan yang muncul dalam diri saya	Unfavorable
21.	Sebagai mahasiswi saya berbelanja produk yang sedang hits	Favorable
22.	Saya berbelanja online sesuai kapasitas bukan untuk menunjukkan saya mampu membelinya	Unfavorable
23.	Saya mampu membeli barang dengan harga yang mahal	Favorable
24.	Saya membeli produk bermerek buka untuk mencari status sosial sebagai mahasiswi	Unfavorable
25.	Saya suka membeli produk yang sedang diskon	Favorable
26.	Saya tidak membeli barang yang tidak saya butuhkan hanya untuk membuat diri saya senang	Unfavorable
27.	Saya senang berbelanja online karena terpengaruh harga yang murah	Favorable
28.	Saya tidak akan membeli produk yang pertama kali saya melihat secara spontan	Unfavorable
29.	Saya akan langsung membeli produk yang terlihat menarik	Favorable
30.	Saya memberi batasan dalam berbelanja	Unfavorable

Lampiran 2. Tabulasi Qana'ah

ah Respo	Qana'ah																																																				Total		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52			
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	253			
2	4	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	2	2	5	1	5	1	5	1	5	1	4	1	5	1	5	1	4	2	5	2	5	4	5	5	3	3	4	1	5	2	4	1	5	2	5	1	5	1	4	2	166		
3	4	1	5	4	4	1	5	4	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	4	2	4	5	3	2	4	2	4	5	4	2	5	1	4	2	5	5	5	2	4	4	4	5	4	2	202		
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	247			
5	3	2	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	3	5	5	5	3	5	3	4	3	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	221			
6	3	2	4	3	3	3	4	3	5	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	5	3	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	5	188		
7	2	1	4	3	3	4	4	2	4	5	4	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	227			
8	4	3	3	4	5	3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	212		
9	3	3	4	2	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4	5	3	4	5	4	5	4	3	2	3	3	4	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	5	5	5	3	5	1	5	5	5	5	200		
10	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	5	4	4	3	2	2	4	4	197		
11	3	1	4	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	5	5	1	3	3	3	3	1	1	4	3	4	5	2	5	1	5	5	3	3	156			
12	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	5	4	2	4	4	3	3	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	199			
13	1	3	4	2	4	4	5	4	4	5	5	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	2	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	2	4	5	5	211		
14	2	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	2	5	5	4	220			
15	3	2	4	3	4	2	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	2	5	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	4	5	2	3	4	3	4	3	3	2	4	3	4	3	5	176
16	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	4	1	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	237		
17	3	3	4	3	4	3	3	4	5	5	2	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3	5	5	2	4	4	3	4	4	4	187		
18	5	4	5	1	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	1	4	5	5	2	4	5	3	5	5	3	1	5	5	5	3	5	5	5	5	5	1	5	5	5	225			
19	4	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	241			
20	3	3	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	1	5	3	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	5	5	231		
21	3	3	5	2	4	5	4	4	4	5	2	4	5	4	4	5	4	4	4	1	4	3	4	2	5	2	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	3	4	5	5	4	2	2	4	5	4	4	1	4	5	5	5	198		
22	5	1	5	3	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	1	5	1	5	2	2	2	1	1	1	3	1	1	3	5	4	4	5	3	1	1	5	5	2	2	5	5	4	5	3	5	1	1	2	1	5	1	169			
23	2	3	4	2	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	163		
24	4	3	4	2	4	5	4	3	4	5	3	5	3	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	5	4	5	3	3	4	4	5	193			
25	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	2	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	207				
26	3	1	3	3	4	2	3	4	5	4	4	3	3	3	4	3	5	5	4	3	5	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	3	4	183				
27	1	1	5	3	4	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3	3	3	5	2	4	3	4	4	4	3	4	4	5	3	3	5	4	4	3	5	4	4	5	3	4	2	4	4	5	188			
28	2	2	4	2	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	2	3	5	4	2	189			
29	3	4	4	1	3	4	3	4	3	5	3	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	2	5	3	5	3	5	3	3	5	5	3	4	1	3	5	3	5	189			
30	2	2	4	3	4	3	3	4	3	3	5	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	5	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	203			

31	4	2	4	5	4	3	2	5	3	5	3	2	3	2	2	3	5	4	4	3	4	5	5	4	5	2	2	4	4	4	2	5	2	5	4	4	4	5	5	4	5	1	1	5	5	5	195								
32	2	2	3	2	4	2	3	4	4	4	2	3	4	2	3	4	4	4	2	4	2	4	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	5	2	4	3	4	3	3	175							
33	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	157									
34	3	2	3	2	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	162							
35	2	2	4	2	4	3	4	2	5	5	5	2	4	2	5	3	4	2	4	1	5	1	5	3	3	2	5	2	4	3	5	1	5	1	5	1	2	4	2	3	4	2	4	2	4	3	5	2	5	5	3	3	169		
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	256				
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	255				
38	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	253				
39	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	248				
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	260				
41	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	250				
42	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	250				
43	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	241				
44	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	245				
45	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	245				
46	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	244				
47	5	1	5	3	3	2	4	3	4	2	5	2	3	2	4	2	3	2	4	2	3	2	4	2	4	4	5	3	3	2	4	3	4	2	3	2	5	3	5	3	4	2	4	3	4	4	3	1	4	2	4	2	3	1	163
48	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	245				
49	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	226				
50	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	225				
51	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	213				
52	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	182			
53	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	224				
54	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	232				
55	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	229				
56	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	229				
57	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	237				
58	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	241				
59	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	235				
60	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	229				
61	1	1	2	5	1	3	1	2	3	5	3	4	5	2	4	5	1	2	3	1	1	3	3	5	2	4	5	4	1	5	4	2	5	4	1	4	3	1	1	5	2	1	5	1	1	2	2	5	4	1	147				
62	3	1	5	3	5	5	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	5	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	1	2	3	1	4	4	2	5	5	2	5	5	1	1	5	2	1	4	2	2	2	4	167		
63	3	2	1	3	1	3	3	5	5	2	3	5	5	4	5	4	2	2	3	5	1	4	4	2	3	5	1	4	4	2	3	4	2	1	4	1	5	2	5	4	1	1	1	3	1	4	4	4	5	5	1	3	157		
64	5	3	4	1	5	1	5	3	2	3	1	1	4	3	4	5	3	2	3	2	5	1	5	2	5	5	1	1	1	1	1	2	4	5	4	4	1	2	2	1	2	2	2	3	3	5	3	4	4	4	2	5	2	152	

65	3	5	2	5	5	2	4	1	5	2	3	4	2	5	2	2	5	5	5	2	5	3	5	1	3	5	4	2	1	1	1	4	3	2	2	5	3	2	2	3	2	4	5	4	2	1	3	4	5	5	5	171			
66	5	2	3	3	4	2	5	5	1	1	2	1	5	1	4	2	3	3	2	5	1	3	3	5	3	4	5	2	3	4	3	5	3	2	5	2	4	5	4	1	2	1	3	4	2	3	5	2	3	1	4	4	160		
67	1	5	2	5	1	2	2	5	4	3	1	4	1	2	2	1	4	4	3	1	3	4	5	4	1	4	1	3	5	5	3	4	3	3	5	2	4	1	2	5	2	4	4	4	1	1	2	3	1	2	151				
68	4	5	4	4	4	2	5	3	5	2	2	3	4	2	3	4	5	3	2	2	3	4	4	5	3	3	4	2	5	3	1	2	3	1	2	1	3	5	3	3	5	2	1	2	4	3	5	3	1	1	160				
69	4	1	3	4	1	3	1	1	5	4	4	3	4	5	5	2	4	4	2	5	3	5	3	4	2	3	1	1	4	2	4	4	1	4	4	3	1	4	3	5	4	1	4	5	2	2	2	4	5	2	3	5	165		
70	2	4	5	4	4	2	5	5	1	5	1	5	3	2	2	5	2	3	5	2	2	3	3	1	1	3	4	2	5	1	5	2	5	1	2	5	4	1	4	1	4	1	4	2	2	1	5	5	2	5	4	4	3	1	160
71	1	2	5	5	3	4	2	2	2	1	5	5	5	4	2	3	1	3	4	3	3	5	3	2	5	3	5	2	5	1	4	4	1	2	3	1	5	1	1	2	5	1	4	2	4	3	1	4	1	4	5	3	157		
72	2	3	3	3	1	2	5	3	1	1	1	2	5	3	4	1	3	1	3	2	4	5	3	4	5	4	3	4	2	3	4	5	2	3	3	4	1	2	3	5	4	1	4	4	5	1	1	4	1	3	3	3	152		
73	1	3	3	2	3	4	1	5	5	5	1	4	2	4	2	2	1	1	5	5	3	1	3	4	2	2	4	1	1	5	2	5	5	2	4	2	4	2	2	3	4	4	1	4	3	2	1	3	4	4	1	2	149		
74	1	3	1	5	1	2	5	5	2	4	1	4	4	1	5	3	5	5	2	2	1	3	1	2	4	4	2	2	1	4	4	2	5	1	2	1	2	1	2	1	2	2	4	4	1	5	5	5	3	3	5	5	150		
75	1	1	4	2	4	4	2	5	3	5	5	3	4	4	5	1	5	5	4	2	4	4	4	4	2	3	5	3	4	2	4	1	3	3	5	1	4	1	1	2	3	5	3	3	3	2	1	5	4	2	4	2	166		
76	2	1	5	1	5	2	5	5	2	3	3	2	3	2	2	4	1	2	2	3	1	3	2	1	5	2	2	4	5	5	5	2	1	5	3	4	1	1	2	4	4	3	2	1	5	5	5	5	2	3	2	3	153		
77	1	2	1	1	4	2	3	2	3	4	1	2	1	4	3	5	1	1	1	4	2	4	4	2	5	2	3	4	4	1	1	1	2	4	3	3	4	1	1	3	4	2	1	3	5	2	2	1	3	1	2	4	130		
78	4	1	5	3	4	5	1	5	3	3	1	1	4	4	2	3	1	1	2	3	3	5	5	4	2	4	2	4	2	5	1	4	2	3	4	1	1	5	3	5	4	2	4	5	4	5	4	2	2	5	5	5	168		
79	1	4	5	5	2	3	2	4	4	1	5	2	2	1	2	5	4	1	3	2	1	4	1	2	5	3	4	1	4	3	3	1	5	2	4	1	1	3	1	4	1	1	4	1	4	1	4	5	5	3	4	5	149		
80	3	3	5	3	1	5	2	2	4	1	5	1	3	2	1	2	1	1	2	3	2	2	4	4	2	4	4	5	2	2	4	5	2	1	5	5	3	4	4	4	3	2	5	1	1	4	4	3	4	5	4	3	157		
81	4	3	4	3	5	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4	5	4	4	3	2	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	2	3	5	3	4	201	
82	2	4	1	2	2	4	5	3	2	3	4	3	1	1	4	2	3	2	5	3	1	4	3	3	2	4	3	1	1	2	1	2	5	1	5	5	4	4	3	3	2	5	1	4	3	3	1	5	2	1	5	146			
83	2	3	3	3	5	1	2	1	1	2	3	5	2	1	1	4	2	5	4	1	5	2	2	1	2	3	4	1	5	2	4	1	2	2	3	5	3	3	3	5	2	1	1	2	5	5	3	5	1	5	1	3	143		
84	1	1	2	5	1	1	4	2	5	2	5	2	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	3	1	5	3	1	5	4	3	1	1	5	2	4	2	3	1	1	1	5	2	1	4	2	2	5	3	2	1	3	4	151		
85	4	2	4	3	3	1	2	3	5	5	1	2	5	5	1	3	1	4	5	2	3	2	2	4	2	2	1	1	4	5	3	1	1	3	5	4	5	3	4	4	5	1	5	3	4	1	4	1	3	1	5	2	155		
86	1	3	1	3	2	5	2	1	2	3	4	1	5	4	3	3	1	1	2	4	1	2	5	3	4	5	1	5	5	2	3	4	4	4	4	3	1	1	4	5	3	2	4	4	4	5	4	2	2	4	2	5	158		
87	2	5	5	1	2	2	4	3	5	1	3	4	3	1	2	5	3	1	3	3	1	2	2	3	2	5	1	1	1	4	4	5	2	1	3	1	1	5	4	2	1	1	3	5	2	1	5	1	4	4	4	2	141		
88	4	2	4	5	3	4	1	4	5	4	5	1	3	2	2	5	1	4	3	3	4	2	2	3	4	1	3	1	2	3	4	1	5	1	2	2	1	2	1	3	2	2	2	2	2	3	1	2	5	3	1	5	142		
89	4	4	4	4	3	4	3	5	1	4	5	2	3	4	1	2	3	5	3	2	2	3	1	4	5	5	3	1	5	5	1	2	3	1	4	2	3	5	3	1	5	2	2	2	2	3	1	3	5	5	3	3	161		
90	3	2	3	4	4	2	3	5	1	2	4	2	1	3	5	3	4	5	5	5	1	1	3	3	5	5	3	3	1	4	5	1	1	5	3	2	2	1	3	2	1	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	160			
91	4	2	4	5	1	2	2	5	2	4	5	2	5	2	1	5	3	3	4	2	1	5	3	5	4	3	2	2	1	3	5	5	5	4	3	5	2	1	2	5	2	5	3	1	3	2	4	5	3	1	4	5	167		
92	1	4	1	4	5	2	1	1	1	5	5	3	2	1	4	1	3	3	1	1	2	5	4	4	3	5	4	5	4	2	5	5	5	4	1	4	2	5	1	4	5	2	3	2	4	3	4	3	5	1	2	2	159		
93	3	2	1	1	2	5	5	4	4	4	1	4	5	5	5	5	5	1	2	4	3	3	4	1	3	4	1	2	2	2	5	2	1	1	3	4	5	3	1	5	4	3	1	1	3	4	2	4	2	1	151				
94	4	1	5	3	2	5	2	4	1	4	2	3	5	2	2	4	4	2	2	4	1	5	4	1	2	1	3	2	3	3	3	3	1	3	1	1	3	4	3	1	5	2	5	3	5	5	4	1	2	1	3	3	148		
95	4	2	2	4	2	2	2	2	4	5	2	1	1	2	1	4	5	2	1	2	5	4	5	2	2	3	1	4	1	2	5	3	1	5	3	4	1	4	5	2	4	1	5	2	1	2	4	1	5	5	2	5	149		
96	4	1	3	1	2	2	3	1	2	4	5	2	3	3	1	4	3	4	3	1	4	4	2	3	3	2	5	1	2	2	1	1	2	4	5	5	1	2	4	3	5	2	2	4	4	5	1	3	1	3	5	2	145		

97	1	2	5	1	4	3	1	1	3	4	3	1	2	2	1	5	5	3	2	4	3	5	5	2	4	1	4	1	3	3	3	5	2	1	4	2	2	1	5	2	5	4	4	5	1	5	5	5	2	5	162			
98	3	3	1	1	4	1	5	2	3	3	1	3	4	5	1	2	5	1	4	4	5	3	1	5	1	1	4	1	5	2	5	1	4	5	2	1	1	4	5	1	1	1	2	1	4	4	3	3	1	4	3	5	145	
99	4	4	2	4	2	4	5	3	1	4	1	2	5	5	1	5	1	5	2	2	4	1	5	4	3	4	1	2	3	1	2	5	2	2	4	1	3	1	1	2	2	5	1	1	3	3	5	1	2	4	3	5	148	
100	3	3	5	1	4	5	3	5	2	5	4	1	4	2	3	3	4	1	1	4	3	2	5	2	3	5	3	1	1	3	2	3	2	2	3	3	3	3	1	3	2	3	4	2	4	3	3	1	2	2	3	1	146	
101	3	4	3	2	4	5	2	3	5	3	2	3	1	2	3	2	5	1	4	1	2	5	4	5	1	4	5	5	1	4	3	2	1	1	1	2	3	2	5	3	2	1	1	2	3	5	5	1	2	5	3	3	150	
102	5	3	5	1	5	1	5	3	5	2	3	2	4	1	2	5	5	4	4	1	2	1	2	3	3	1	2	5	1	3	4	1	2	4	3	2	5	5	2	1	3	1	5	3	4	5	1	4	4	4	5	1	158	
103	2	2	4	1	1	3	2	5	3	2	2	3	4	1	3	1	5	2	5	1	4	3	3	4	2	2	4	5	4	1	2	1	5	4	4	5	4	3	2	4	3	1	5	4	1	4	3	3	4	1	4	3	154	
104	5	4	4	2	3	1	3	1	3	1	5	2	4	5	1	1	5	4	2	5	1	3	4	5	2	4	4	1	2	2	1	1	2	4	4	3	3	1	3	5	5	5	3	5	5	2	4	4	4	1	2	3	159	
105	3	2	2	4	2	4	4	3	1	5	4	2	2	3	5	3	2	1	5	2	3	3	3	5	3	1	3	2	5	2	4	1	2	1	3	2	3	4	1	2	4	1	4	3	4	5	1	4	5	4	2	5	154	
106	3	4	5	2	2	3	2	2	5	4	2	3	1	1	4	4	2	2	2	5	5	5	2	2	1	2	3	3	2	1	2	2	3	4	2	4	1	5	4	1	4	3	3	1	3	3	5	5	5	4	1	5	154	
107	5	2	4	2	3	1	1	4	1	4	2	1	1	4	4	5	3	3	4	4	2	3	4	5	1	4	4	1	5	5	2	5	2	3	1	5	5	3	3	3	2	1	3	4	4	2	4	1	5	2	2	158		
108	1	4	1	4	4	2	1	3	5	4	3	5	4	3	3	5	5	2	4	1	3	1	2	4	5	2	4	5	1	1	5	1	5	5	1	2	1	2	4	4	3	3	2	2	4	3	1	1	5	3	4	2	155	
109	1	1	3	5	2	5	5	5	2	1	1	1	4	5	5	5	5	1	3	3	2	1	3	4	4	3	3	5	4	3	5	5	4	1	2	2	1	5	2	4	2	3	4	2	5	3	3	5	5	5	4	2	169	
110	3	3	4	3	3	3	2	4	4	2	4	2	4	5	1	5	2	5	4	3	5	2	2	4	3	3	3	2	3	2	4	2	5	4	1	2	5	4	3	5	1	5	4	3	5	3	1	4	1	4	5	3	169	
111	4	3	5	5	3	1	1	2	3	3	2	2	3	2	2	5	3	5	2	1	1	4	5	3	3	4	3	2	4	4	4	5	4	3	2	5	2	5	5	5	1	4	5	1	1	2	4	4	5	1	1	3	162	
112	2	5	4	2	3	1	4	5	5	1	1	4	3	3	1	4	4	1	2	1	1	2	5	4	1	4	5	1	3	1	5	2	2	5	4	1	3	2	1	5	5	1	5	2	3	3	4	4	2	5	2	4	153	
113	1	4	4	5	2	4	3	2	5	1	1	3	1	5	3	1	3	4	4	4	2	4	1	3	4	4	3	4	5	2	2	4	5	3	5	2	5	3	5	1	1	1	5	4	1	5	1	5	2	1	3	3	159	
114	5	1	4	3	4	1	2	2	5	5	2	2	1	3	5	2	3	5	4	3	2	1	3	4	5	3	4	1	2	3	2	4	5	5	4	5	4	3	2	2	3	3	1	2	4	4	2	2	2	4	1	3	157	
115	1	1	3	2	1	5	2	2	3	3	2	3	2	1	5	1	1	1	1	1	5	1	3	3	2	4	4	5	3	2	4	3	3	2	1	1	3	3	2	3	5	1	3	2	5	1	3	3	2	3	3	4	133	
116	3	3	3	4	4	1	4	5	1	3	1	1	1	3	2	4	1	3	3	5	1	2	4	2	3	2	5	4	4	4	3	5	1	2	3	3	5	1	2	3	5	1	1	2	3	4	4	5	3	5	4	5	156	
117	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	192
118	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	247	
119	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	240	
120	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	242	
121	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	234		
122	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	228		
123	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	243	
124	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	234		
125	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	233		
126	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	236		
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	232		
128	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	244		
129	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	247		

Tabulasi Perilaku Konsumtif

h Resp	Perilaku Konsumtif																														Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	5	5	4	4	5	4	1	5	1	5	1	1	4	1	1	5	1	1	2	1	3	1	1	5	1	1	1	1	1	1	73
2	5	1	3	4	2	4	3	4	2	3	3	3	5	2	2	5	1	1	5	1	3	3	3	3	3	2	4	2	5	1	88
3	4	1	4	5	5	2	4	2	4	2	4	3	5	4	2	4	2	2	4	2	4	3	3	2	4	2	4	2	4	2	95
4	1	1	1	5	5	1	1	1	1	5	4	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	50
5	3	1	3	3	4	2	2	1	1	5	4	2	3	1	3	2	1	1	2	2	1	1	2	2	3	2	3	2	2	1	65
6	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	2	1	76
7	1	1	1	1	4	1	1	1	1	5	5	2	5	1	1	2	1	1	3	1	1	1	3	1	5	1	5	1	5	1	63
8	2	1	1	2	4	2	2	2	1	2	3	2	4	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	64
9	2	1	3	3	4	3	1	1	1	5	5	1	3	1	1	5	3	1	1	1	1	1	5	1	3	3	2	1	2	1	66
10	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	2	4	2	2	2	75
11	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	1	5	1	1	5	1	5	1	5	1	3	3	3	4	5	2	87
12	1	1	3	2	4	2	3	2	3	3	4	2	2	1	2	1	2	2	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	67
13	4	2	5	4	5	3	4	2	4	5	4	2	4	2	1	5	1	2	4	2	4	1	5	1	5	1	4	2	5	1	94
14	1	1	1	1	4	1	1	1	1	5	5	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	44
15	3	2	2	3	2	3	2	4	3	4	4	2	5	2	2	4	2	3	2	4	2	3	2	4	3	4	2	2	2	3	85
16	1	1	3	1	4	1	1	1	1	5	5	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	48
17	1	4	3	3	4	3	2	3	2	4	4	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	3	2	3	5	4	4	3	2	2	80
18	1	5	1	5	5	5	1	5	1	5	5	1	1	1	1	5	1	5	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	74
19	1	1	1	2	3	2	2	1	1	5	4	1	3	1	2	2	2	1	1	2	2	1	5	1	2	1	1	2	1	1	55
20	2	1	2	4	4	4	3	1	1	5	3	2	3	1	1	2	3	1	3	1	1	1	3	1	3	4	3	4	3	1	71
21	3	2	1	3	4	4	4	1	3	3	5	2	3	1	2	5	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	5	1	2	1	82
22	1	1	4	5	5	5	1	1	4	5	3	5	5	5	3	1	1	5	4	4	1	1	5	1	4	5	2	1	3	1	92
23	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	4	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	2	71
24	1	3	3	3	4	2	3	2	3	3	4	2	4	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	3	4	3	3	2	84
25	2	4	1	2	4	1	2	2	1	2	4	2	5	1	2	1	2	2	2	4	2	1	4	2	4	2	4	4	4	2	75
26	1	1	1	2	4	2	2	1	2	4	4	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	66
27	2	1	2	2	5	3	3	2	1	4	5	2	5	2	1	3	2	2	3	2	2	2	3	2	5	3	4	2	3	2	80
28	2	3	2	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2	4	3	3	4	2	2	83
29	3	3	4	2	5	3	3	2	3	5	4	3	3	3	2	2	3	3	1	2	1	1	3	1	4	3	5	3	3	3	86
30	2	2	3	2	4	2	2	1	1	1	5	1	3	2	4	4	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	3	2	1	1	60
31	3	1	3	2	4	1	5	1	2	2	5	3	5	1	2	3	2	3	4	3	3	2	4	2	4	2	3	4	4	2	85
32	2	2	4	3	4	3	4	2	2	5	5	1	3	2	2	5	2	1	3	1	2	2	4	1	5	3	4	3	3	2	85
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
35	1	3	5	2	5	1	1	1	5	3	5	2	5	2	1	5	2	3	1	3	1	3	3	3	5	1	5	2	1	1	81
36	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	4	1	5	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	4	5	2	1	1	1	1	51
37	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	4	1	2	1	1	3	1	1	5	1	1	1	1	5	2	1	2	1	1	1	48
38	5	5	5	5	5	5	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	58
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	37
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	5	3	1	2	1	1	1	45

41	1	1	1	2	4	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	37	
42	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	3	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	45
43	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	42	
44	3	1	1	1	3	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	3	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	43	
45	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	38	
46	2	1	2	1	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	40	
47	2	4	4	1	3	1	3	1	5	3	4	1	3	2	1	3	4	1	5	2	4	1	5	3	5	1	3	82	
48	4	4	4	2	4	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	52	
49	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	47	
50	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	52	
51	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	59	
52	3	2	2	2	3	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	69	
53	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	55	
54	3	1	2	2	3	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	48	
55	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	3	1	2	1	1	3	1	4	5	1	2	2	2	1	2	1	2	54	
56	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	50	
57	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	3	3	1	2	45	
58	4	1	2	2	2	1	1	1	1	2	3	1	2	1	1	3	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	52	
59	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	46	
60	2	2	2	2	3	2	1	1	1	4	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	57	
61	2	1	5	3	1	5	5	5	5	4	3	3	4	2	5	4	4	5	5	1	1	1	2	3	5	5	2	101	
62	2	4	2	3	3	3	4	2	2	4	3	5	5	4	5	2	1	4	3	5	4	4	3	3	5	4	1	99	
63	5	4	4	1	2	1	4	1	3	4	4	1	3	4	2	1	2	5	4	3	3	5	5	5	1	2	93		
64	5	2	5	2	4	4	5	4	3	5	2	3	2	2	2	1	1	5	5	2	2	2	2	1	3	5	1	86	
65	4	2	2	5	1	2	2	1	3	4	4	4	4	1	2	5	5	1	2	4	4	3	5	1	4	2	87		
66	2	4	5	5	4	3	2	4	4	3	5	3	4	3	3	4	2	4	3	1	3	3	3	2	3	1	99		
67	3	5	4	4	4	5	1	4	4	2	5	3	5	2	3	1	3	4	1	5	1	2	5	3	5	1	94		
68	2	5	5	4	3	5	5	5	5	1	3	3	2	1	2	2	4	3	3	2	1	3	5	1	1	1	91		
69	2	2	3	2	3	4	2	1	1	1	5	1	4	3	4	2	2	4	3	1	1	3	5	2	4	3	83		
70	2	4	1	3	1	3	4	2	3	3	1	1	1	2	3	3	3	4	5	3	3	4	5	5	1	3	83		
71	4	1	1	3	2	3	1	5	2	3	1	2	1	3	4	5	1	5	2	5	5	2	4	2	3	4	91		
72	4	5	1	3	1	3	4	1	4	4	4	5	5	1	2	5	1	5	2	2	5	1	5	2	4	1	96		
73	2	3	2	3	4	2	2	4	2	3	1	2	4	5	4	2	4	1	1	4	2	3	5	3	2	1	84		
74	2	5	2	5	4	4	5	4	3	3	4	1	2	3	2	2	5	1	5	1	4	2	4	3	5	1	89		
75	3	2	1	2	5	3	4	2	1	5	5	5	4	4	4	1	2	5	2	1	5	2	3	1	4	4	98		
76	2	1	4	4	2	1	4	1	4	3	2	3	2	3	1	3	4	5	1	3	4	5	2	1	4	4	84		
77	1	5	1	4	4	3	3	1	5	2	1	3	2	1	3	2	3	3	4	4	2	2	5	3	1	5	83		
78	3	1	1	1	5	1	4	3	5	4	3	5	4	2	5	4	5	1	4	5	4	3	5	1	5	2	98		
79	4	4	2	4	3	1	3	3	3	2	5	1	5	1	2	5	4	5	1	3	1	4	4	1	2	5	91		
80	3	5	2	5	3	3	2	4	5	1	5	3	4	4	3	3	4	5	5	2	2	2	4	4	4	4	3	104	
81	3	4	3	3	4	4	1	1	1	5	5	2	4	2	2	2	3	2	2	2	1	1	3	2	4	2	2	77	
82	3	3	1	2	4	2	3	3	5	3	3	4	5	1	1	1	1	3	1	1	4	4	2	2	2	1	4	80	
83	3	1	5	5	2	4	1	5	5	2	3	2	1	5	1	5	1	1	2	3	3	2	1	5	1	2	1	83	
84	4	4	1	4	3	2	5	4	2	2	1	4	4	1	1	4	5	1	1	2	2	2	1	1	5	3	3	80	
85	1	2	2	3	4	3	5	3	1	4	3	2	3	5	5	3	2	2	3	5	3	3	2	2	5	2	4	87	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Shiva Fawwaz
Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 10 Juli 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl. Sekopek Kaliwungu, Kendal
NIM : 2104046095
Jurusan : Tasawuf dan Psikoterapi

B. Riwayat Pendidikan

- a. TK Dahlia Brangsong Kendal
- b. MI Muhammadiyah Sarirejo
- c. SMP IT Robbani Kendal
- d. SMA IT Bina Amal Semarang