REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus

a. Sejarah Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus

Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus resmi didirikan pada tanggal 1 Oktober 2013 bertepatan dengan mulainya penerimaan mahasiswa Bidikmisi di STAIN Kudus. Ma'had pada awalnya dibina oleh Wakil Ketua III bidang Kemahasiswaan. Kemudian pada tahun 2018, pembinaan Ma'had diambil alih oleh Wakil Ketua I Bidang Akademik.

Awalnya Ma'had ditempati oleh santri putra, namun setelah melalui banyak pertimbangan pada tahun 2018 Ma'had menjadi asrama khusus santriwati atau santri putri. Kemudian, mahasiswa atau santri putra yang awalnya menempati Ma'had Al-Jami'ah dialihkan ke pesantren dekat kampus dan tetap dapat ikut dalam kegiatan di Ma'had atau kampus.

Sejak tahun 2019, Ma'had mulai bekerja sama dengan pesantren sekitar. Karena, kapasitas santri semakin bertambah dan bangunan Ma'had yang terbatas. Selain itu pada tahun 2019 juga, penamaan Ma'had Al-Jami'ah telah resmi masuk pada Organisasi dan Tata Kerja (ORTAKER) kampus sebagai unit pelaksana teknis.[1]

b. Tugas Pokok Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus

Tugas pokok dari Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus, yaitu "Mengedepankan pembentukan akhlak, pembelajaran berbasis pesantren, dan kegiatan-kegiatan yang berbasis pesantren."[2]

Pembelajaran dalam Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus terpusat pada mata pelajaran berbasis *Ta'lim*, yaitu *Ta'lim al-Qur'an, Ta'lim Arab, Ta'lim Inggris*, dan *Ta'lim Afkar*.[3]

c. Visi dan Misi Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus

1) Visi: "Menciptakan santri akademis yang berbasis pada Islam terapan."
2) Misi:
   a) Memberi bimbingan kepada santri dalam memahami, menghafal, serta mengamalkan al-Qur'an.

[1] "Dokumentasi Dari Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus."
[2] "Dokumentasi Dari Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus."
[3] "Dokumentasi Dari Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

b) Memberi bimbingan kepada santri dalam mengguankan bahasa asing (Arab dan Inggris).
c) Memberi bimbingan kepada santri dalam memahami dan membaca kitab kuning.
d) Memberi bimbingan kepada santri untuk menjadi muslim moderat dengan *berakhlaktul karimah*.[4]

2. Gambaran Umum Platform Marketplace

Marketplace merupakan suatu *platfrom* yang berfungsi untuk menghubungkan antara penjual dan pembeli dalam media internet. Artinya, *marketplace* menjadi perantara proses belanja atau transaksi secara *online* dengan berbagai fasilitas di dalamnya. Fasilitas yang ditawarkan, antara lain fasilitas pembayaran, pemilihan produk, estimasi pengiriman, dan lainnya.

Berdasarkan beberapa sumber, *marketplace* di Indonesia telah ada mulai tahun 1996. Hal itu ditandai dengan adanya D-Net atau Dyviacom Intrabumi, yang mana saat itu berkedudukan sebagai perintis terjadinya transaksi *online*. Contoh *Marketplace* di Indonesia, yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lainnya.[5]

Shopee, Tokopedia, dan Lazada merupakan *platform marketplace* yang besar di Indonesia. Pertama kelebihan dari Shopee, yaitu memiliki harga yang kompetitif, memiliki layanan pengiriman yang terpercaya dan cepat, komunitas dan terdapat fitur *live streaming*, adanya program Shopee Mall dengan kualitas terjamin, serta adanya variasi dalam pemilihan produk dan penjual. Kedua, kelebihan dari Tokopedia, yaitu produk yang disediakan sangat beragam dan lengkap, transaksi memiliki jaminan keamanan, kualitas produk terjamin, mudah digunakan, adanya berbagai macam promo yang menarik.[6] Ketiga, kelebihan dari Lazada, yaitu adanya kemudahan dan kenyamanan, terdapat banyak pilihan produk, adanya diskon dan promo, sistem pembayaran mudah, proses pengiriman cepat, dan pelayanan yang baik.[7]

[4] "Dokumentasi Dari Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus."

[5] "Apa Itu Marketplace: Pengertian, Sejarah, Jenis & Contohnya," Majapahit Teknologi, 2021, https://majapahit.id/blog/2021/10/05/apa-itu-marketplace/.

[6] "Perbedaan Tokopedia Dan Shopee," 2024, https://www.perbedaan.co.id/perbedaan-tokopedia-dan-shopee/.

[7] "Kelebihan Dan Kekurangan Belanja Online Di Lazada," 2023, https://www.teknospesial.com/2023/03/belanja-online-di-lazada.html?m=1#google_vignette.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

3. Gambaran Umum Responden

Merupakan suatu gambaran situasi yang dapat memberikan petunjuk. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *survey* yang dilakukan dengan membagikan angket atau kuesioner kepada santriwati Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus angkatan 2023 secara *online* melalui pesan *Whatsapp*. Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti memperoleh sampel sebanyak 70 responden. Berikut ini merupakan rincian dari karakteristik responden:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Adapun hasil survey kuesioner kepada responden yang mencakup fakultas, sebagai beriku:

Tabel 4.1
Data Fakultas Responden

No	Fakultas	Responden	%
1.	Tarbiyah	34	48,57%
2.	Ushuluddin	7	10,00%
3.	Syari'ah	6	8,57%
4.	FEBI	17	24,29%
5.	FDKI	6	8,57%
Jumlah		70	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel di atas menjelaskan bahwa mayoritas responden bersal dari fakultas Tarbiyah sebanyak 34 responden (48,57%), selanjutnya ada FEBI sebanyak 17 responden (24,29%), Fakultas Ushuluddin sebanyak 7 responden (10%), serta Fakultas Syari'ah dan FDKI masing-masing sebanyak 6 responden (8,57%).

b. Karakeristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun hasil survey kuesioner kepada responden yang mencakup usia, sebagai beriku:

Tabel 4.2
Data Usia Responden

No	Usia	Responden	%
1.	18-19 tahun	41	58,57%
2.	20-21 tahun	28	40%
3.	22-23 tahun	1	1,43%
Jumlah		70	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Tabel di atas memaparkan bahwa responden dengan usia 18-19 tahun lebih banyak dari dari usia lainnya, yaitu sebanyak 41 responden (58,57%), selanjutnya usia 20-21 tahun sebanyak 28 responsen (40%), dan usia 22-23 tahun sebanyak 1 responden (1,43%) dengan jumlah 70 responden.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku

Adapun hasil survey kuesioner kepada responden yang mencakup uang saku, sebagai beriku:

Tabel 4.3
Data Uang Saku Responden

No	Uang Saku	Responden	%
1.	< Rp 500.000	35	50%
2.	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	33	47,14%
3.	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2	2,86%
Jumlah		70	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel di atas menjelaskan bahwa mayoritas responden dengan uang saku per bulan < Rp 500.000 sebanyak 35 responden (50%), selanjutnyan uang saku kisaran Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 33 responden (47,14%), dan uang saku kisaran Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 2 responsen (2,86%) dengan jumlah 70 responden.

d. Karakteristik Responden dari *Platform Marketplce* yang Digunakan

Berdasarkan hasil survey kuesioner kepada responden, *platform marketplce* yang responden gunakan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Data Platform *Marketplace* yang Responden Gunakan

No	***Platform Marketplace***	**Responden**	**%**
1.	Shopee	67	95,71%
2.	Lazada	1	1,43%
3.	Tokopedia	2	2,86%
Jumlah		70	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Tabel di atas menjelaskan bahwa mayoritas responden mengguanakan *platform marketplce* Shopee sebanyak 67 responden (95,71%), selanjutnyan mengguanakan *platform marketplce* Lazada sebanyak 1 responden (1,43%), mengguanakan *platform marketplce* Tokopedia sebanyak 2 responden (2,86%) dengan jumlah 70 responden.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian dalam Satu Bulan

Berdasarkan hasil survey kuesioner kepada responden yang mencakup banyaknya responden melakukan pembelian dalam satu bulan, sebagai berikut:

Tabel 4.5
Data Pembelian Responden dalam Satu Bulan

No	Pembelian/Bulan	Responden	%
1.	1-2 kali	63	90%
2.	3-5 kali	3	4,29%
3.	> 5 kali	4	5,71%
Jumlah		70	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel di atas menjelaskan bahwa responden paling banyak melakukan pembelian 1-2 kali per bulan sebanyak 63 responden (90%), selanjutnyan responden yang m 3-5 kali per bulan sebanyak 3 responden (4,29%), dan responden dengan pembelian lebih dari 5 kali per bulan sebanyak 4 responden (5,71%) dengan jumlah 70 responden.

4. Gambaran Jawaban Responden

a. Variabel *Lifestyle* (X1)

Tabel 4.6
Data Frekuensi *Lifestyle* (X1)

Variabel	Item	Total SS (5)	Total S (4)	Total N (3)	Total TS (2)	Total STS (1)	Total
Lifestyle (X1)	X1.1	14 (20%)	32 (45,7%)	18 (25,7%)	4 (5,7%)	2 (2,9%)	70 (100%)
	X1.2	15 (21,4%)	34 (48,6%)	10 (14,3%)	7 (10%)	4 (5,7%)	70 (100%)
	X1.3	12 (17,2%)	42 (60%)	11 (15,7%)	3 (4,3%)	2 (2,9%)	70 (100%)
	X1.4	14 (20%)	38 (54,3%)	14 (20%)	3 (4,3%)	1 (1,4%)	70 (100%)
	X1.5	14 (20%)	43 (61,4%)	10 (14,3%)	0	3 (4,3%)	70 (100%)

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

	X1.6	18 (25,7%)	33 (47,1%)	12 (17,1%)	5 (7,1%)	2 (2,9%)	70 (100%)

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel di atas, frekuensi variabel *lifestyle* sebagai berikut:

1) Item Saya dapat mengeluarkan sejumlah uang untuk melakukan kegiatan yang sesuai syariat Islam (X1.1)

   Mayoritas responden, sebanyak 32 orang (45,7%) menyatakan setuju. Sementara itu, 18 orang (25,7%) menyatakan netral, 14 orang (20%) menyatakan sangat setuju, 4 orang (5,7%) menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 2 orang (2,9%) menyatakan sangat tidak setuju.
2) Item Saya dapat melakukan pembelian tanpa ada pemborosan (X1.2)

   Mayoritas responden, sebanyak 34 orang (48,6%) menyatakan setuju. Sementara itu, 15 orang (21,4%) menyatakan sangat setuju, 10 orang (14,3%) menyatakan netral, 7 orang (10%) menyatakan tidak setuju, dan 4 orang (5,7%) menyatakan.
3) Item Saya mengikuti perkembangan yang sedang *trend* saat ini (X1.3)

   Mayoritas responden, sebanyak 42 orang (60%) menyatakan setuju. Sementara itu, 12 orang (17,2%) menyatakan sangat setuju, 11 orang (15,7%) menyatakan netral, 3 orang (4,3%) menyatakan tidak setuju, dan 2 orang (2,9%) menyatakan sangat tidak setuju.
4) Item Saya tertarik membeli produk, karena melihat *review* produk tersebut (X1.4)

   Mayoritas responden, sebanyak 38 orang (54,3%). Sementara itu, 14 orang (20%) menyatakan sangat setuju dan netral, 3 orang (4,3%) menyatakan tidak setuju sebanyak, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.
5) Item Ketika membeli suatu produk, saya memutuskan membeli berdasarkan pengetahuan dari produk tersebut (X1.5)

   Mayoritas responden, sebanyak 43 orang (61,4%) menyatakan setuju, 14 orang (20%) menyatakan sangat setuju, 10 orang (14,3%) menyatakan netral, dan 3 orang (4,3%) menyatakan sangat tidak setuju.
6) Item Saya memutuskan membeli sesuatu berdasarkan pendapat pribadi (X1.6)

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Mayoritas responden, sebanyak 33 orang (47,1%) menyatakan setuju, 18 orang (25,7%) menyatakan sangat setuju, 12 orang (17,1%) menyatakan netral, 5 orang (7,1%) menyatakan tidak setuju, dan 2 orang (2,9%) menyatakan sangat tidak setuju.

b. Variabel *Self-Control* (X2)

Tabel 4.7
Data Frekuensi *Self-Control* (X2)

Variabel	Item	Total SS (5)	Total S (4)	Total N (3)	Total TS (2)	Total STS (1)	Total
Self-Control (X2)	X2.1	19 (27,1%)	33 (47,1%)	16 (22,9%)	1 (1,4%)	1 (1,4%)	100%
	X2.2	26 (37,1%)	36 (51,4%)	7 (10%)	0	1 (1,4%)	100%
	X2.3	20 (28,6%)	38 (54,3%)	11 (15,7%)	0	1 (1,4%)	100%
	X2.4	13 (18,6%)	41 (58,6%)	15 (21,4%)	0	1 (1,4%)	100%

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel di atas, frekuensi variabel *self-control* sebagai berikut:

1) Item Saya menahan hanya membeli produk yang dibutuhkan (X2.1)

   Mayoritas responden, sebanyak 33 orang (47,1%) menyatakan setuju. Sementara itu, 19 orang (27,1%) menyatakan sangat setuju, 16 orang (22,9%) menyatakan netral, 1 orang (1,4%) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.

2) Item Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli sesuatu (X2.2)

   Mayoritas responden, sebanyak 36 orang (51,4%) menyatakan setuju, 26 orang (37,1%) menyatakan sangat setuju, 7 orang (10%) menyatakan netral, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.

3) Item Saya mampu memilih yang baik dan buruk bagi saya (X2.3)

   Mayoritas responden, sebanyak 38 orang (54,3%) menyatakan setuju, 20 orang (28,6%) menyatakan sangat setuju, 11 orang (15,7%) menyatakan netral, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

4) Item Saya mampu mengambil keputusan dengan baik (X2.4)

Mayoritas responden, sebanyak 41 orang (58,6%) menyatakan setuju, 13 orang (18,6%) menyatakan sangat setuju, 15 orang (21,4%) menyatakan netral, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.

c. Variabel Persepsi Kemudahan (X3)

Tabel 4.8
Data Frekuensi Persepsi Kemudahan (X3)

Variabel	Item	Total SS (5)	Total S (4)	Total N (3)	Total TS (2)	Total STS (1)	Total
Persepsi Kemudahan (X3)	X3.1	14 (20%)	40 (57,1%)	13 (18,6%)	2 (2,9%)	1 (1,4%)	100%
	X3.2	15 (21,4%)	38 (54,3%)	14 (20%)	2 (2,9%)	1 (1,4%)	100%
	X3.3	15 (21,4%)	42 (60%)	12 (17,1%)	1 (1,4%)	0	100%
	X3.4	17 (24,3%)	36 (51,4%)	16 (22,9%)	1 (1,4%)	0	100%

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel di atas, frekuensi variabel persepsi kemudahan sebagai berikut:

1) Item Menurut saya, layanan dalam *platform marketplace* mudah untuk dipelajari (X3.1)

Mayoritas responden, sebanyak 40 orang (57,1%) menyatakan setuju. Sementara itu, 14 orang (20%) menyatakan sangat setuju, 13 orang (18,6%) menyatakan netral, 2 orang (2,9%) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.

2) Item Menurut saya, layanan dalam *platform marketplace* mudah digunakan (X3.2)

Mayoritas responden, sebanyak 38 orang (54,3%) menyatakan setuju. Sementara itu, 15 orang (21,4%) menyatakan sangat setuju, 14 orang (20%) menyatakan netral, 2 orang (2,9%) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.

3) Item Layanan dalam *platform marketplace* yang saya gunakan mudah untuk dipahami (X3.3)

Mayoritas responden, sebanyak 42 orang (60%) menyatakan setuju. Sementara itu, 15 orang (21,4%) menyatakan sangat setuju, 12 orang (17,1%) menyatakan netral, dan 1 orang (1,4%) menyatakan tidak setuju.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

4) Item Sistem dalam *platform marketplace* yang saya gunakan mudah dioperasikan (X3.4)

Mayoritas responden, sebanyak 36 orang (51,4%) menyatakan setuju. Sementara itu, 17 orang (24,3%) menyatakan sangat setuju, 16 orang (22,9%) menyatakan netral, dan 1 orang (1,4%) menyatakan tidak setuju.

d. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 4.9
Data Frekuensi Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel	Item	Total SS (5)	Total S (4)	Total N (3)	Total TS (2)	Total STS (1)	Total
Perikalu Konsumtif (Y)	Y.1	20 (28,6%)	38 (54,3%)	11 (15,7%)	0	1 (1,4%)	100%
	Y.2	16 (22,9%)	41 (58,6%)	9 (12,9%)	2 (2,9%)	2 (2,9%)	100%
	Y.3	14 (20%)	36 (51,4%)	11 (15,7%)	6 (8,6%)	3 (4,3%)	100%
	Y.4	15 (21,4%)	40 (57,1%)	11 (15,7%)	2 (2,9%)	2 (2,9%)	100%
	Y.5	20 (28,6%)	38 (54,3%)	11 (15,7%)	0	1 (1,4%)	100%
	Y.6	14 (20%)	40 (57,1%)	15 (21,4%)	0	1 (1,4%)	100%
	Y.7	16 (22,9%)	42 (60%)	9 (12,9%)	2 (2,9%)	1 (1,4%)	100%
	Y.8	26 (37,1%)	37 (52,9%)	6 (8,6%)	0	1 (1,4%)	100%

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel di atas, frekuensi variabel persepsi kemudahan sebagai berikut:

1) Item Saat ada promo (diskon, *buy one get one*, dan sejenisnya), saya biasanya membeli produk lebih banyak (Y.1)

Mayoritas responden, sebanyak 38 orang (54,3%) menyatakan setuju. Sementara itu, 20 orang (28,6%) menyatakan sangat setuju, 11 orang (15,7%) menyatakan netral, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.

2) Item Saya membeli produk, karena kemasannya menarik (Y.2)

Mayoritas responden, sebanyak 41 orang (58,6%) menyatakan setuju. Sementara itu, 16 orang (22,9%) menyatakan sangat setuju, 9 orang (12,9%) menyatakan

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

netral, 2 orang (2,9%) menyatakan tidak setuju, dan 2 orang (2,9%) menyatakan sangat tidak setuju.

3) Item Saya membeli produk terbaru untuk menjaga penampilan diri (Y.3)

   Mayoritas responden, sebanyak 36 orang (51,4%) menyatakan setuju. Sementara itu, 14 orang (20%) menyatakan sangat setuju, 11 orang (15,7%) menyatakan netral, 6 orang (8,6%) menyatakan tidak setuju, dan 3 orang (4,3%) menyatakan sangat tidak setuju.

4) Item Saya merasa senang, jika menggunakan produk yang sedang *trend* (Y.4)

   Mayoritas responden, sebanyak 40 orang (57,1%) menyatakan setuju. Sementara itu, 15 orang (21,4%) menyatakan sangat setuju, 11 orang (15,7%) menyatakan netral, 2 orang (2,9%) menyatakan tidak setuju, dan 2 orang (2,9%) menyatakan sangat tidak setuju.

5) Item Saya merasa senang, jika produk yang saya miliki dipuji oleh teman (Y.5)

   Mayoritas responden, sebanyak 38 orang (54,3%) menyatakan setuju. Sementara itu, 20 orang (28,6%) menyatakan sangat setuju, 11 orang (15,7%) menyatakan netral, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.

6) Item Saya membeli produk, karena mengidolakan model yang mengiklankannya (Y.6)

   Mayoritas responden, sebanyak 40 orang (57,1%) menyatakan setuju, 15 orang (21,4%) menyatakan netral, 14 orang (20%) menyatakan sangat setuj, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.

7) Item Membeli produk dengan harga mahal, dapat menambah rasa percaya diri saya (Y.7)

   Mayoritas responden, sebanyak 42 orang (60%) menyatakan setuju. Sementara itu, 16 orang (22,9%) menyatakan sangat setuju, 9 orang (12,9%) menyatakan netral, 2 orang (2,9%) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.

8) Item Saya membeli produk, walaupun sudah memiliki produk yang sama manfaatnya dengan produk tersebut (Y.8)

   Mayoritas responden, sebanyak 37 orang (52,9%) menyatakan setuju. Sementara itu, 26 orang (37,1%) menyatakan sangat setuju, 6 orang (8,6%) menyatakan netral, dan 1 orang (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji validitas merupakan suatu pengukuran yang menggambarkan seberapa jauh pengukuran kita sesuai dengan sesuatu yang akan diukur. Maksudnya, apakah pengukuran yang kita lakukan telah memenuhi tujuan.[8] Uji validitas diukur dengan membandingkan antara nilai r_{hitung} dan r_{tabel}. Penentuan r_{tabel} dilakukan dengan mencari (df) 70-2= 68 dengan niai alpha 5% atau 0,05, maka didapatkan r_{tabel} = 0,235. Uji validitas dapat dikatakan valid, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil analisis penelitian yang sudah dilakukan, yaitu:

Tabel 4.10
Data Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel} (df = 68)	Keterangan
Lifestyle (X1)	X1.1	0,590	0,235	Valid
	X1.2	0,482	0,235	Valid
	X1.3	0,701	0,235	Valid
	X1.4	0,580	0,235	Valid
	X1.5	0,666	0,235	Valid
	X1.6	0,606	0,235	Valid
Self-Control (X2)	X2.1	0,845	0,235	Valid
	X2.2	0,807	0,235	Valid
	X2.3	0,812	0,235	Valid
	X2.4	0,822	0,235	Valid
Persepsi Kemudahan (X3)	X3.1	0,835	0,235	Valid
	X3.2	0,879	0,235	Valid
	X3.3	0,811	0,235	Valid
	X3.4	0,841	0,235	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,387	0,235	Valid
	Y.2	0,590	0,235	Valid
	Y.3	0,249	0,235	Valid
	Y.4	0,519	0,235	Valid
	Y.5	0,690	0,235	Valid
	Y.6	0,677	0,235	Valid
	Y.7	0,622	0,235	Valid
	Y.8	0,701	0,235	Valid

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

[8] M. Nursalim Malay, *Belajar Mudah & Praktis Analisis Data Dengan SPSS Dan JSAP* (Bandar Lampung: CV. Madani Jaya, 2022), hal 5.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Tabel di atas menjelaskan bahwa semua pernyataan yang terdapat pada indikator *lifestyle*, *self-control*, persepsi kemudahan, dan perilaku konsumtif memperoleh hasil nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga, setiap pernyataan dalam setiap variabel dapat dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas merupakan seberapa jauh tingkat pengukuran yang telah dilakukan itu dapat terpercaya.[9] Uji reliabilitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% dengan *Cronbach's alpha* > 0,60, artinya instrumen dapat disebut reliabel, apabila mempunyai *Cronbach's alpha* > 0,60. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang sudah dilakukan, maka bisa diketahui pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Data Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	*Reliability coefficies*	*Nilai Cronbach's Alpha*	Nilai Kritis	Keterangan
Lifestyle (X1)	6 item	0,640	0,60	Reliabel
Self-Control (X2)	4 item	0,839	0,60	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X3)	4 item	0,862	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	8 item	0,650	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

Tabel di atas menjelaskan bahwa indikator *lifestyle* (X1), *self-control* (X2), persepsi kemudahan (X3), dan perilaku konsumtif (Y) mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, oleh karena itu variabel tersebut reliabel.

[9] M. Nursalim Malay, *Belajar Mudah & Praktis Analisis Data Dengan SPSS Dan JSAP* (Bandar Lampung: CV. Madani Jaya, 2022), hal 8.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

6. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menunjukkan apakah terdapat kolerasi antara variabel pengamatan yang diatur berdasarkan urutan waktu. Apabila nilai DW berada di antara dU hingga 4-dU, maka koefisien autokorelasi adalah 0, menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi.[10] Uji autokorelasi dalam model regresi menggunakan Uji Durbin-Watson (DW). Berikut adalah hasil uji dari Durbin-Watson:

Tabel 4.12
Data Hasil Uji Durbin Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,856[a]	0,733	0,720	0,23280	2,152

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

Tabel 4.13
Data Hasil Durbin Watson

d	dL	dU	4-dL	4-Du
2,152	1,5245	1,7028	2,4755	2,2972

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai DW sejumlah 2,152 dan dari tabel DW dengan sampel (n) sebesar 70 serta variabel bebas (k) sebesar 3 menunjukkan besarnya nilai dL memiliki nilai sebesar 1,5245 dan dU memiliki nilai sebesar 1,7028. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa tidak terdapat autokorelasi positif ataupun negatif dalam penelititan ini, karena dU < d < 4-dU (1,7028 < 2,152 < 2,2972).

b. Uji Normalitas Data

Merupakan suatu uji yang berfungsi guna menentukan bagaimana model berdistribusi apakah secara normal atau tidak normal. Uji ini dapat dilihat melalui metode *kolmogrov smirnov*. Hasil uji ini dapat disebut normal, apabila memiliki nilai sig. > 5% atau 0,05.[11] Hasil dari uji normalitas menggunakan metode *kolmogrov smirnov*:

[10] Haryono, *Metotdologi Penelitian Manajemen Teori Dan Aplikasi*.

[11] Julita, B, and Yustati, "Pengaruh Penggunaan Shopee Paylatter Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Tabel 4.14
Data Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		70
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,97801929
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,053
	Negative	-,061
Kolmogorov-Smirnov Z		,506
Asymp. Sig. (2-tailed)		,960

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai sig. *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,960 > 0,05. Sehingga, nilai data tersebut telah memenuhi uji normalitas atau menunjukkan variabel bebas berdistribusi dengan normal.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji guna melihat hubungan atau korelasi yang mendekati sempurna antar variabel independen. Uji ini dapat dilihat pada nilai VIF (*variance inflation factor*), dimana jika VIF < 10, maka terdapat multikolinearitas yang tidak signifikan atau dapat dianggap sebagai hasil yang memenuhi kriteria dari uji multikolinearitas.[12] Hasil dari uji multikolinearitas dalam penelititan ini adalah:

Tabel 4.15
Data Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	*Tolerance*	VIF	Keterangan
Lifestyle (X1)	0, 837	1,195	Tidak terjadi multikolinearitas
Self-Control (X2)	0,728	1,374	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kemudahan (X3)	0,778	1,286	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

[12] Paramita, Rizal, and Sulistyan, *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*.

REPOSITORI IAIN KUDUS

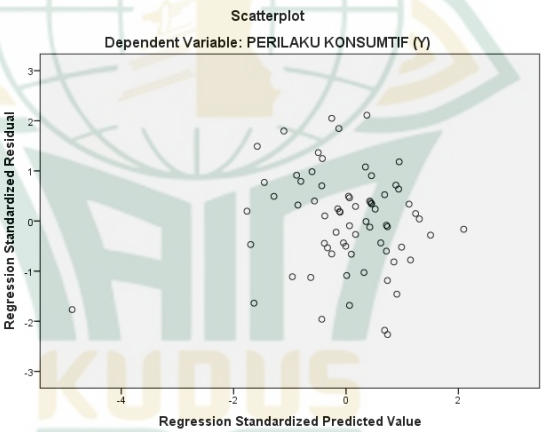
REPOSITORI IAIN KUDUS

Tabel uji multikolinearitas menjelaskan bahwa setiap variabel mempunyai nilai *tolerance* > 0,10 serta nilai < 10 yang sebagaimana menunjukkan tidak adanya multikolinearitas atau asumsi multikolinearitas terpenuhi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah suatu model regresi memiliki variasi residual yang tidak konsisten antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Metode yang digunakan untuk menguuji heteroskedastisitas adalah menggunakan diagram *Scatterplot*. Jika pola yang terbentuk jelas, dan titik-titik tersebar secara merata di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas.[13] Di bawah ini adalah hasil dari uji heteroskedastisitas:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

Grafik scatterplots di atas menjelaskan bahwa dalam model regresi penelititan ini tidak terjadi hetrokesdatisitas. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil grafik scatterplots, yaitu titik-titik tersebar secara merata ke atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y serta penyebaran titik-titik tersebut tidak membuat suatu pola.

[13] Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

7. Hasil Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah jenis analisis regresi guna menentukan hubungan antara lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen.[14] Hasil analisis regresi berganda dalam penelititan ini adalah:

Tabel 4.16
Data Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi
Konstanta	0,956
Lifestyle (X1)	0,238
Self-Control (X2)	0,428
Persepsi Kemudahan (X3)	0,100

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

Model persamaan regresi berdasarkan tabel di atas adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0{,}956 + 0{,}238X_1 + 0{,}428X_2 + 0{,}100X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif
X_1 = *Lifestyle*
X_2 = *Self-Control*
X_3 = Persepsi Kemudahan
a = Konstanta
b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi
e = Residual / *Error*

Berdasarkan persamaan di atas, dapat dianalisis sebagai berikut:

1) Diperoleh nilai konstanta sebesar 0,956 yang artinya, jika variabel *lifestyle*, *self-control*, dan persepsi kemudahan diasumsikan memiliki nilai konstanta 0, maka nilai pada perilaku konsumtif sejumlah 0,956.
2) Nilai koefisien regresi variabel *lifestyle*, (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah 0,238. Maksudnya, jika variabel *lifestyle* mengalami tingkat kenaikan satu satuan maka perilaku konsumtif (Y) akan mengalami tingkat kenaikan sejumlah 0,238.

[14] Nihayah, *Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0*.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

3) Nilai koefisien regresi pada variabel *self-control* (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah 0,428. Artinya jika variabel *self-control* mengalami tingkat kenaikan satu satuan maka perilaku konsumtif (Y) akan mengalami tingkat kenaikan sejumlah 0,428.
4) Nilai koefisien regresi pada variabel persepsi kemudahan (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) 0,100. Artinya jika variabel persepsi kemudahan mengalami kenaikan satu satuan, maka perilaku konsumtif (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,100.

b. Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh variabel independen secara individual (parsial).[15] Uji t ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel}. Nilai t_{tabel} ditentukan dengan mencari derajat kebebasan (df) = n – k - 1 atau 70 – 3 - 1 = 66 dengan a = 5% : 2 = 2,5% untuk uji dua sisi. Berdasarkan tabel distribusi t, diperoleh nilai t_{tabel} = 1,997. Berikut adalah hasil dari uji t:

Tabel 4.17
Data Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
Lifestyle (X1)	4,336	1,997	0,000	Berpengaruh dan signifikan
*Self-Control (*X2)	8,204	1,997	0,000	Berpengaruh dan signifikan
Persepsi Kemudahan (X3)	2,000	1,997	0,050	Berpengaruh dan signifikan

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

Tabel di atas menunjukka hasil uji *lifestyle, self-control,* dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif diperoleh nilai t_{hitung}:

1) Pengaruh *Lifestyle* tehadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji variabel *Lifestyle* (X1) menyatakan nilai t_{hitung} sejumlah 4,336 dengan sig. 0,000. Dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,336 > 1,997) dengan sig. (0,000 < 0,05), sehingga variabel *Lifestyle* (X1) berpengaruh positif dan

[15] Nihayah.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

signifikan secara parsial terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) jika variabel lainnya memiliki nilai tetap.

2) Pengaruh *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji variabel *Self-Control* (X2) menyatakan nilai t_{hitung} sejumlah 8,204 dengan sig. 0,000. Dapat dilihat bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (8,204 > 1,997) dengan nilai sig. (0,000 < 0,05), maka variabel *Self-Control* (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) jika variabel lainnya mempunyai nilai tetap.

3) Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji pada variabel Persepsi Kemudahan (X3) menyatakan bahwa nilai t_{hitung} sejumlah 2,000 dengan sig. 0,050. Dapat dilihat bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,000 > 1,997) dengan nilai sig. (0,050 ≤ 0,05), maka variabel Persepsi Kemudahan (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) jika variabel lainnya memiliki nilai tetap.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada dasarnya berfungsi untuk menjadi alat ukur kemampuan suatu model yang menjelaskan variasi dari variabel dependen. Koefisien determinasi dapat dilihat dengan adanya nilai *adjusted R square* dalam SPSS.[16] Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.18
Data Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	Adjusted R Square
Lifestyle (X1), *Self-Control* (X2), Persepsi Kemudahan (X3)	0,720

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 20, 2024

Tabel diatas menjelaskan bahwa notasi dalam *Adjusted R Square* 0,720 (72%) yang berarti variabel independen (X_1,X_2,X_3) memiliki pengaruh sebesar 72%. Adapaun variasi variabel independen yang digunakan dapat memaparkan variabel dependen sebesar 72%, sedangkan sisanya 28% Perilaku Komsumtif dapat dipengaruhi oleh variabel lain.

[16] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

B. Pembahasan

1. Pengaruh *Lifestyle* (X_1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Santriwati di Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus Angkatan 2023 Pengguna *Platform Marketplace*

Hipotesis satu (H_1) dalam penelitian ini menjelaskan bahwa diduga variabel *lifestyle* (X_1) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) santriwati. Hasil uji pada SPSS versi 20 diperoleh hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 4,336 > 1,997 dengan nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05, artinya variabel *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif santriwati di Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus angkatan 2023 pengguna *platform marketplace*. Hal ini menjelaskan bahwa konsumen dalam melakukan transaksi didasarkan pada *lifestyle* atau gaya hidupnya, karena mayoritas responden menjawab setuju dengan adanya pembelian yang didasarkan pada gaya hidupnya.

Penelitian ini sama dengan penelitian oleh Rika Wahyuni, Hadi, Isna, dan Rina (2019) dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang," yang menunjukkan hasil kesimpulan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.[17]

Hasil penelitian ini selaras dengan teori tentang perilaku oleh Ajzen, yaitu *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Inti dari *Theory of Planned Behaviour* (TPB) merupakan niat seseorang ketika akan melakukan tindakan. Terdapat tiga faktor dalam teori ini, salah satunya adalah sikap yang merupakan suatu keyakinan terkait akibat dari suatu perilaku. Keyakinan ini terkait dengan evaluasi subjektif terhadap lingkungan, pemahaman diri, dan situasi sekitar. Berdasarkan penjelasan tersebut, *lifestyle* berperan sebagai sikap yang dapat mendorong niat seseorang dalam melakukan sesuatu.

Lifestyle dalam artian luas adalah cara hidup seseorang yang dapat diidentifikasi oleh cara dalam menggunakan waktu (aktivitas), menganggap sesuatu yang penting dalam lingkungan (ketertarikan), serta pemikiran terkait diri mereka dengan dunia disekitarnya (pendapat).[18] *Lifestyle* memiliki pengaruh terhadap tingkat konsumsi konsumen, karena konsumsi konsumen

[17] Wahyuni et al., "PENGARUH GAYA HIDUP DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE PADA IBU RUMAH TANGGA DI KECAMATAN LUBUK BEGALUNG KOTA PADANG."

[18] Mongisidi, Sepang, and Soepeno, "Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square)."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

meningkat seiring dengan adanya gaya hidup (*lifestyle*) yang semakin tinggi.

Lifestyle atau gaya hidup dalam Islam harus sesuai dengan nilai, prinsip, dan standar hukum dalam syari'at Islam. Sebagaimana dengan menjaga gaya hidup yang halal (*halal lifestyle*). Sehingga dengan gaya hidup halal (*halal lifestyle*), seseorang mampu menentukan suatu layanan sesuai syari'at Islam. Dalam *Halal lifestyle* juga mengandung unsur keamanan, keselamatan, kesehatan, martabat manusia, dan kemakmuran.[19] Hal tersebut dijelaskan dalam Q.S. al-Baqarah ayat 168, artinya *"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu."*[20]

2. Pengaruh *Self-Control* (X_2) terhadap Perilaku Konsumtif Santriwati (Y) di Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus Angkatan 2023 Pengguna *Platform Marketplace*

   Hipotesis dua (H_2) dalam penelitian ini menjelaskan bahwa diduga variabel *self-control* (X_2) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) santriwati. Uji yang dilakukan pada SPSS versi 20 memperoleh hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 8,204 > 1,997 dengan nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05, artinya variabel *self-control* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif santriwati di Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus angkatan 2023 pengguna *platform marketplace*.

   Penelitian ini sama dengan penelitian oleh Zulfa Nur Aini, Titi, dan Riawan (2023) dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Pengguna Aplikasi Belanja *Online*," yang menunjukkan hasil bahwa kontrol diri berpengaruh yang positif dan signifkan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.[21]

   Hasil penelitian ini selaras dengan teori tentang perilaku oleh Ajzen, yaitu *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Inti dari *Theory of Planned Behaviour* (TPB) merupakan niat seseorang

[19] Zaidah, Solihin, and Muliadi, "Halal Lifestyle Dan Wara' Lifestyle (Studi Kasus Pusat Halal Salman ITB)."

[20] "Al-Qur'an, al-Baqarah ayat 168, al-Qur'an dan Terjemahnya (Jakarta: Kementrian Agama Republik Indonesia, 2020)."

[21] Aini, Rapini, and Riawan, "Pengaruh Literasi Keuangan , Kontrol Diri , Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Pengguna Aplikasi Belanja Online."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

ketika akan melakukan tindakan. Terdapat tiga faktor dalam teori ini, salah satunya adalah sikap yang merupakan suatu keyakinan terkait akibat dari suatu perilaku. Keyakinan ini terkait dengan evaluasi subjektif terhadap lingkungan, pemahaman diri, dan situasi sekitar. Berdasarkan penjelasan tersebut, *self-control* berperan sebagai sikap yang dapat mendorong niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan.

Konsumen harus mempertimbangkan nilai guna suatu produk sebelum melakukan pembelian. *Self-control* merupakan suatu bentuk kemampuan dalam mengontrol, mengatur, serta mengendalikan perilaku seseorang yang akan dilakukan, agar sesuai dengan lingkungannya.[22] Sesorang perlu memiliki *self-control* yang baik, agar tidak terjerumus dalam perilaku yang keliru. *Self-control* mampu membantu seseorang dalam pengambilan keputusan berdasarkan pertimbangan melalui proses informasi.

S*elf-control* dalam agama Islam disebut dengan istilah *mujahadah an nafs*. Artinya, kontrol diri sama dengan bagaimana cara mengendalikan hawa nafsu, emosi, dan lainnya yang akan memberikan dampak buruk.[23] Suatu karakter membutuhkan kontrol diri, kedisiplinan, serta keyakinan akan ada balsan dari Allah. Seseorang yang taat dalam beribadah akan mempunyai karakter kuat serta mampu mengontrol dirinya dalam menahan suatu kesenangan sementara. Hal tersbut dijelaskan dalam Q.S. an-Nazi'at ayat 40, artinya *"Dan adapun orang-orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari (keinginan) hawa nafsunya."*[24]

3. Pengaruh Perspektif Kemudahan (X_3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Santriwati di Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus Angkatan 2023 Pengguna *Platform Marketplace*

Hipotesis tiga (H_3) dalam penelitian menjelaskan bahwa diduga variabel persepsi kemudahan (X_3) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) santriwati. Uji yang dilakukan pada SPSS versi 20 memperoleh hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 2,000 > 1,997 dengan nilai Sig. sebesar 0,050 $\leq$ 0,05, artinya variabel *self-control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif santriwati di Ma'had Al-Jami'ah IAIN Kudus angkatan 2023 pengguna *platform marketplace*. Dapat dilihat dari

[22] Aini, Rapini, and Riawan.
[23] Risnawati, Ghufron, and Rini, *Teori-Teori Psikologi*.
[24] "Al-Qur'an, an-Nazi'at ayat 40, al-Qur'an dan Terjemahnya (Jakarta: Kementrian Agama Republik Indonesia, 2020)."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

hal tersebut bahwa tingginya kemudahan yang diberikan dalam *platform marketplace*, maka tingkat pembelian konsumen akan meningkat juga.

Penelitian ini sama dengan penelitian oleh Hendrik Agil Saputra dan Ety Dwi Susanti (2022) yang berudul "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Intensitas Penggunaan Pay Later Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi pada Penggunaan Shopee PayLater Usia Prouduktif Kota Surabaya)" yang menjelaskan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh yang signifikan terhadap gaya konsumtif produk shopee paylater pada masyarakat daerah Surabaya.[25]

Hasil penelitian ini selaras dengan teori tentang perilaku oleh Ajzen, yaitu *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Inti dari *Theory of Planned Behaviour* (TPB) merupakan niat seseorang ketika akan melakukan tindakan. Terdapat tiga faktor dalam teori ini, salah satunya adalah persepsi kontrol perilaku yang merupakan suatu keyakinan terkait keberhasilan dalam melakukan suatu tindakan tergantung dari usahanya. Berdasarkan penjelasan tersebut, persepsi kemudahan berperan sebagai persepsi kontrol perilaku yang dapat mendorong niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan, apabila usaha dalam melakukan tindakan tersebut dianggap mudah.

Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan yang timbul dari diri seseorang dan dapat mempengaruhinya dalam melakukan pengambilan keputusan.[26] Hal ini memperlihatkan bahwa kemudahan yang terdapat pada *platform marketplace* tinggi dan menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Kemudahan dalam *platform marketplace* tersebut sangatlah penting bagi para konsumen. Adanya kemudahan akan memberikan kemudahan konsumen dalam melakukan pembelian, interaksi, serta mencari dan mendapatkan informasi. Sehingga, konsumen akan menjaga loyalitas serta memperoleh kepuasan dalam melakukan pembelian.

Faktor kemudahan merupakan suatu variabel yang memiliki pengaruh terhadap penggunaan teknologi, karena dengan adanya kemudahan menjadikan seseorang tertarik untuk menggunakannya.

[25] Saputra and Susanti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan , Manfaat , Dan Intensitas Pengguna Pay Later Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee PayLater Usia Produktif Kota Surabaya)."

[26] Humaidi, Utomo, and Lestari, "Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Dalam Islam kemudahan juga merupakan suatu hal yang memiliki nilai penting, yaitu Allah menjadikan hamba-hambaNya agar bersemangat dan tekun dalam menjalankan ibadah. Seperti halnya telah dijelaskan dalam Q.S. al-Baqarah ayat 185, artinya *"..... Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur."*[27]

[27] "Al-Qur'an, al-Baqarah ayat 185, al-Qur'an dan Terjemahnya (Jakarta: Kementrian Agama Republik Indonesia, 2020)."

REPOSITORI IAIN KUDUS