

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Sejarah IAIN Kudus

Sejarah IAIN Kudus tidak dapat dipisahkan oleh adanya sejarah Perguruan Tinggi Islam Negeri di Indonesia. IAIN sebagai lembaga pendidikan yang berawal dari Dakwah Islamiyah yang telah di perjuangkan di Indonesia.

Tercatat dalam sejarah Kerajaan Islam Demak yang pertama kali di Pulau Jawa. Sehubungan dengan masa kejayaan Kerajaan Islam, tidak terlepas dari perjuangan oleh sejumlah Wali yang telah berjasa dalam menyiarkan agama Islam di Nusantara, tepatnya di Pulau Jawa terutama pada kawasan timur laut pantai utara jawa tengah. Ada 9 (Sembilan) Wali, diantaranya ada 2 (dua) Wali yang berada di Kudus, yakni Ja'far Shodiq (Sunan Kudus) dan Raden Umar Said (Sunan Muria). Sehingga Jawa Tengah bagian utara pada zaman dahulu pernah menjadi pusat pengkajian dan penyebaran agama Islam.

Pada masa Yogyakarta sebagai pusat pemerintahan Republik Indonesia kemudian pemerinta memberikan penghargaan berupa didirikannya Perguruan Tinggi Negeri yang diberi nama Universitas Gajah Mada yang mulanya merupakan Perguruan Tinggi Swasta, yang dialokasikan untuk golongan nasional. Sedangkan untuk golongan Islam didirikan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) yang diambilkan dari Fakultas Agama Universitas Islam Indonesia yang notabenenya adalah Perguruan Tinggi Swasta.

Pada tahun 1960, dengan melewati berbagai proses, PTAIN di Yogyakarta dan Akademi Dinas Ilmu Agama (ADIA) di Jakarta digabung menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN), yang di beri nama "*al-Jami'ah al-Islamiyah al-Hukumiyah*". Sehingga, IAIN yang mulanya hanya ada satu di Yogyakarta hingga

dapat berkembang sampai sekarang dan meluas di seluruh Indonesia.¹

Tahun 1963, telah didirikan Perguruan Tinggi Ilmu Ekonomi oleh Yayasan Kesejahteraan Daerah (YKD) yang saat ini dikenal dengan nama Universitas Muria Kudus dan Sekolah Tinggi Agama Islam yang lama-lama menjadi Fakultas Tarbiyah. Kemudian Fakultas Tarbiyah tersebut telah mengakar ke IAIN Sunan Kalijaga, di ikuti Fakultas Ushuluddin tahun. Pada tanggal 6 April 1970 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 1970, Fakultas Ushuluddin telah dinegerikan bersamaan pula Fakultas Tarbiyah ditarik ke IAIN Walisongo Semarang dan Fakultas Ushuluddin tetap di Kudus sebagai Fakultas Daerah dari IAIN Walisongo Semarang.

Kemudian pada tahun 1987 BAPENI membeli sebidang tanah seluas 1900 M2 ditambah 4000 M2 pada tahun 1998, sehingga menjadi 1.7900 ha.

Dengan menanti perkembangan maka keluarlah Keputusan Menteri Agama Nomor 170 tahun 1992 dengan merelokasi Fakultas Ushuluddin IAIN Walisongo di Kudus ke Surakarta. Kemudian Rektor IAIN Walisongo Semarang di Kudus telah membuka Jurusan Perbandingan Agama yang merupakan salah satu Jurusan dari Fakultas Ushuluddin IAIN Walisongo Semarang. Sembari menjalankan fungsinya sebagai sebuah lembaga pendidikan Fakultas Ushuluddin Kudus (yang telah direlokasi), dengan berbagai cara dalam mengusahakan agar tetap ada lembaga pendidikan tinggi negeri di Kota Kudus. Sehingga, pimpinan Fakultas memberi usulan terhadap Menteri Agama melewati Rektor IAIN Walisongo agar di Kudus didirikan Perguruan Tinggi Negeri dengan membedakan struktur kelembagaannya.

Tanggal 23 Agustus 1996, telah keluar surat edaran dari Dirjen BINBAGA Islam Nomor:EI/OT.00/A2/1804/1996 tentang Penyiapan

¹Nor Hadi dkk, *Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus 2019* (Kudus: IAIN Kudus, 2019), 11.

Bahan untuk Penataan Kelembagaan yang ditujukan kepada Rektor dan Dekan Fakultas Daerah (di luar induk) di Indonesia untuk menyiapkan bahan-bahan sebagai dokumen awal Rencana Pendirian Sekolah Tinggi yang berisi:²

- 1) Proposal Pendirian IAIN/Sekolah Tinggi;
- 2) Rencana Induk Pengembangan dan Master Plan;
- 3) Status IAIN/Sekolah Tinggi;
- 4) Naskah Akademik.

Berasal dari keputusan Dirjen tersebut, maka sebagai sebuah lembaga (Fakultas Ushuluddin) yang telah direlokasi, sepertinya mendapat anugerah dan sekaligus tantangan yang harus dijawab. Maka sebagai langkah awal Drs. H. Muslim A. Kadir, MA selaku PLH. Dekan mengadakan rapat pimpinan Fakultas yang waktu itu pejabatnya hanya terdiri dari PLH Dekan, Wakil PLH. Dekan (Drs. H. Abu Djadin Taufiq), Ketua Jurusan (Drs. H. Isbatul Haqqi A. Ghani), Kabag. TU (Drs. H. Ahmad Fauzan), Kasub Bag. Akademik dan Kemahasiswaan (Drs. Supa'at), dan Kasub Bag. Umum (Drs. Sobrowi), rapat memutuskan untuk membentuk Panitia Kecil sekaligus sebagai Panitia Pendiri yang terdiri atas:

I. Penasehat :

Drs. H. Ahmad Ludjito
(Rektor IAIN Walisongo)
Kol. H. Soedarsono
(Bupati KDH. Kudus)
Dr. H. Zaenuri Qasim
(Ketua BAPPENI Fak. Ushuluddin
Kudus)

II. Ketua :Drs. H. Muslim A. Kadir, MA

III. Wakil Ketua :Drs. Abu Djadin Taufiq

IV. Sekretaris :Drs. H. Ahmad Fauzan

V. Bendahara :Drs. H. Isbatul Haqqi A. Ghani

VI. Anggota :

1) Drs. H. Kaharuddin

²Nor Hadi dkk, *Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus* 2019, 12.

- 2) Drs. Sa'dullah Assa'idi, M.Ag
- 3) Drs. Kahar Ustman
- 4) Drs. Supa'at
- 5) Drs. Danusiri, M.Ag
- 6) Drs. Sobrowi

Dalam tugas perdana yang harus di siapkan oleh Panitia adalah menyiapkan seluruh naskah yang oleh Dirjen BINBAGA Islam yang telah di jelaskan di atas. Pada tahapan inilah Drs. H. Muslim A. Kadir, MA selaku PLH. Dekan dan sekaligus Ketua Panitia Pendiri mempersiapkan rapat koordinasi terhadap semua pihak yang terkait, baik di lingkungan Fakultas Ushuluddin Kudus ataupun instansi luar yang terkait. Rapat demi rapat telah dilaksanakan hingga akhirnya semua permintaan dari Jakarta dapat dipenuhi sesuai tanggal yang ditentukan yaitu tanggal 31 Agustus 1996.

Pada tanggal 26 Nopember 1996, keluar surat yang berisikan jawaban dari proposal Pendirian STAIN Kudus dari Dirjen BINBAGA Islam Departemen Agama RI dari Dirjen DIKTI DEPDIBUD Nomor: 2909/p/T/96, dengan berisikan Persetujuan Perubahan Pendirian 37 Fakultas Daerah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri yang satu di antaranya adalah STAIN Kudus Jawa Tengah yang menduduki nomor urutan 14. Pastinya, kabar tersebut adalah kabar gembira bagi civitas akademika Fakultas Ushuluddin Kudus.

Dilanjutkan pada hari Senin tanggal 13 Januari 1997 yang bertepatan dengan Ramadhan 1417 H, Drs. H. Muslim A. Kadir, MA selaku PLH. Dekan diundang oleh Menteri Agama dalam pertemuan konsultasi penataan Fakultas Daerah di Wisma Haji, Jl. Jaksa Jakarta Pusat.³

Kemudian, pada saat kehadiran lembaga STAIN makin terlihat dan di kenal, akan tetapi belum adanya landasan secara yuridis kuat, maka upaya selanjutnya

³Nor Hadi dkk, *Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus* 2019, 13.

adalah memenuhi permintaan dari Dirjen BINBAGA Islam Nomor: E/PP.00.9/AZ/438/97 tanggal 13 Maret 1997 yang ditujukan kepada semua Pimpinan Fakultas Daerah untuk mengambil langkah-langkah segera menyusun rencana pengembangan ketenagaan, pengembangan Jurusan, program pengembangan perpustakaan dan literatur, rencana pengembangan kampus, Master Plan serta penataan fisik kampus dan rencana anggaran. Dengan segala upaya yang dilakukan, hingga dokumen-dokumen telah terpenuhi sesuai yang *dead line* yang telah ditentukan.

Hingga akhirnya, pada bulan Maret 1997 telah keluar Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. Kemudian disusul dengan Keputusan Menteri Agama Nomor: E/125/1997 tentang Pengangkatan Drs. H. Muslim A. Kadir, MA sebagai Pjs. Ketua STAIN Kudus dengan tugas yang cukup berat yaitu mengulas perjalanan STAIN pada tahap selanjutnya. Kemudian disusul Keputusan Menteri Agama Tahun 1997 tentang Struktur Organisasi STAIN Kudus dan SK Menteri Agama Nomor 383 Tahun 1997 tentang Kurikulum STAIN dan secara teknis, keluar Surat Dirjen BINBAGA Islam Departemen Agama RI Nomor: E/136/1997 yang mengatur tentang Alih Status dan Fakultas Daerah menjadi STAIN.

Karena tuntutan regulasi dan animo masyarakat yang semakin besar, pimpinan STAIN Kudus dengan Ketua Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I., sejak tahun 2016 mengajukan proposal alih status/transformasi dari Sekolah Tinggi Agama Islam menjadi Institut. Dalam proses yang sangat panjang, hingga pada tahun 2018 melalui Peraturan Presiden Nomor 27 Tahun 2018 tanggal 7 April 2018 STAIN Kudus resmi menjadi Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN Kudus) dan melalui Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor B.II/3/15450 tanggal 18 April 2018 mengangkat Dr. H. Mundakir, M.Ag sebagai Rektor IAIN Kudus. Terdapat 5 (lima) Fakultas di IAIN Kudus yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, serta Program Pascasarjana yang memiliki 3 Program Studi yaitu, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Studi Ekonomi Syariah dan Program Studi Ilmu Syariah.⁴

b. Profil Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus dibuka pada 28 Juni 2002 dengan SK Dirjen Pendidikan Islam Kementerian Agama ag RI No: Dj.II/ 181/ 2002. Sejak dibuka, Prodi ES menjadi salah satu Prodi di IAIN Kudus yang paling banyak peminatnya dan telah meluluskan ribuan mahasiswa yang menyebar di berbagai daerah di Indonesia khususnya daerah pantura timur Jawa Tengah. Lulusan Prodi ES telah banyak bekerja di berbagai sektor ekonomi dan lembaga keuangan, baik bank maupun non bank. Dari tahun ke tahun program studi ini mengalami perkembangan yang cukup pesat dan akan selalu dikembangkan sesuai dengan tuntutan masyarakat yang semakin maju. Pengembangan ini meliputi fasilitas, kurikulum, dosen yang kompeten dan lingkungan yang kondusif sehingga menjadi Prodi yang unggul dibidangnya.

Visi program studi Ekonomi Syariah: “Menjadi program studi unggulan dalam menyelenggarakan pendidikan dan mengembangkan ekonomi syariah berbasis Islam terapan pada tingkat nasional tahun 2022”.⁵ visi ini sejalan dan sekaligus merupakan jabaran dari visi IAIN Kudus sebagai salah satu Perguruan Tinggi Islam Negeri di Indonesia mempunyai visi: “Menjadi Perguruan Tinggi Islam unggul dibidang pengembangan Islam Terapan”.⁶

⁴Nor Hadi dkk, *Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus 2019*, 14-15.

⁵ESIAIN Kudus, *Visi, Misi dan Tujuan*” Februari 24, 2020. <http://es.iainkudus.ac.id>.

⁶Nor Hadi dkk, *Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus 2019*, 12.

Konsentrasi Prodi ES adalah dalam bidang pendidikan, penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi. Tidak sama dengan prodi-prodi ekonomi di perguruan tinggi yang lain, Prodi ES mempunyai kekhususan dibidang kajian ekonomi yang berbasis pada ajaran Islam. Disamping itu ekonomi Islam yang dikembangkan berbasis Islam Terapan sehingga tidak hanya berkuat pada tataran teori tetapi terimplemantasikan dalam realitas kehidupan nyata.⁷

Kompetensi utama lulusan Prodi ES IAIN Kudus adalah memiliki peluang dan mampu: (1) praktisi keuangan syariah; (2) analis kebijakan fiskal dan moneter; (3) perencana pembangunan ekonomi syariah. Disamping kompetensi utama, kompetensi pendukung lulusan Prodi ES adalah: (1) praktisi/profesi pasar modal syariah; (2) menjadi Dewan Pengawas Syariah; (3) tenaga peneliti pada berbagai lembaga penelitian dalam ilmu ekonomi syariah; (4) menjadi *entrepreneurial bisnis/wirausahawan* yang berbasis pada nilai-nilai Islam.

Dengan kompetensi dan kualifikasi keterampilan dan pengetahuan tersebut para alumni/lulusan Prodi ES mempunyai peluang kerja yang sangat luas, antara lain menjadi: (1) praktisi keuangan syariah; (2) analis kebijakan fiskal dan moneter; (3) perencana pembangunan ekonomi syariah; (4) Oraktisi/profesi pasar modal syariah; (5) Dewan Pengawas Syariah; (6) tenaga peneliti pada berbagai lembaga penelitian dalam ilmu ekonomi syariah; (7) *entrepreneur* Islam.⁸

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Deskripsi Responden

Deskripsi responden digunakan dalam mendeskripsikan suatu informasi dari keadaan rsponden agar mudah dalam memahami hasil penelitian tersebut. Data deskriptif disajikan pada penelitian ini agar mudah

⁷Agus Wahyudi, *Profil Program Studi IAIN Kudus* (Kudus: IAIN Kudus, 2019), 15.

⁸Agus Wahyudi, *Profil Program Studi IAIN Kudus*, 25.

dalam memahami informasi. Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian berdasarkan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) merupakan penelitian dengan mencari data dan informasi dengan menemui responden secara langsung.⁹

Perolehan data diambil dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, kemudian responden wajib menjawab atau mengisi pernyataan tersebut. Adapun responden yang di pilih pada penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Kudus prodi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Data yang di peroleh pada penelitian ini dikumpulkan secara langsung oleh responden, hal tersebut bertujuan agar efektif dan efisien untuk mendapatkan *respon rate* yang baik dari responden. Sebagai syarat pemenuhan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 71 responden. Dengan demikian peneliti mengelompokkan karakteristik responden menjadi 4 jenis, antara lain:

a. Jenis Kelamin

Kriteria berdasarkan jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	25	35,2
Perempuan	46	64,8
Total	71	100,0

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dinyatakan bahwa dari 71 responden, sebanyak 25 mahasiswa adalah laki-laki dengan presentase 35,2% dan 46 mahasiswa adalah perempuan dengan presentase 64,8%. Dengan demikian sebagian besar responden adalah perempuan.

⁹ Rosady Roslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 32.

b. Usia

Kriteria berdasarkan usia responden dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
18-22 tahun	44	62,0
>22 tahun	27	38,0
Total	71	100,0

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dinyatakan bahwa dari 71 responden yang memiliki usia 18-22 tahun sebesar 44 atau (62%), dan yang memiliki usia >22 tahun sebesar 27 atau (38%). Dengan demikian sebagian besar usia responden adalah pada kisaran 18-22 tahun.

c. Asal Daerah

Kriteria berdasarkan asal daerah responden dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Asal Daerah Responden

Asal Daerah	Jumlah	Presentase
Kudus	23	32,4
Demak	6	8,5
Pati	14	19,7
Jepara	16	22,5
Lasem	2	2,8
Tegal	1	1,4
Purwodadi	9	12,7
Total	71	100,0

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dinyatakan bahwa dari 71 responden dari asal daerah Kudus sebanyak 23 mahasiswa atau (32,4%), asal daerah

Demak sebesar 6 mahasiswa atau (8,5%), asal daerah Pati sebesar 14 mahasiswa atau (19,7%), asal daerah Jepara sebesar 16 mahasiswa atau (22,5%), asal daerah Lasem sebesar 2 mahasiswa atau (2,8%), asal daerah Tegal sebesar 1 mahasiswa atau (1,4%) dan asal daerah Purwodadi sebesar 9 mahasiswa atau (12,7%). Dengan demikian sebagian besar asal daerah responden adalah daerah Kudus.

d. Uang Saku

Kriteria berdasarkan uang saku responden perbulan dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uang Saku Responden

Uang Saku	Jumlah	Presentase
<Rp.250.000	16	22,5
Rp.250.000 - Rp.500.000	34	47,9
Rp.500.000 - Rp.750.000	10	14,1
Rp.750.000 - Rp.1.000.000	6	8,5
>Rp.1.000.000	5	7,0
Total	71	100,00

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dinyatakan bahwa dari 71 responden, sebanyak 16 mahasiswa mempunyai uang saku <Rp. 250.000 dengan presentase 22,5%, 34 mahasiswa mempunyai uang saku Rp. 250.000–Rp. 500.000 dengan presentase 47,9%, 10 mahasiswa mempunyai uang saku Rp.500.000–Rp.750.000 dengan presentase 14,1%, 6 mahasiswa mempunyai uang saku Rp. 750.000–Rp. 1.000.000 dengan presentase 8,4% dan 5 mahasiswa mempunyai uang saku >Rp. 1.000.000 dengan presentase 7%. Dengan demikian sebagian

besar uang saku responden adalah sekitar Rp. 250.000–Rp.500.000.

2. Deskripsi Angket

a. Gaya Hidup (X1)

Pada variabel gaya hidup terdiri dari 10 item pertanyaan, dari hasil item-item tersebut maka dapat dideskripsikan pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Frekuensi Variabel Gaya Hidup

Item Pertany- aan	Tot al ST S	%	Tot al TS	%	Tot al N	%	Tot al S	%	Tot al SS	%
X1.1	3	4,3	14	19,7	27	38,0	23	32,4	4	5,6
X1.2	2	2,8	15	21,1	21	29,6	31	43,7	2	2,8
X1.3	3	4,2	13	18,3	21	29,6	30	42,3	4	5,6
X1.4	2	2,8	16	22,5	25	35,2	26	36,6	2	2,8
X1.5	12	16,9	23	32,4	21	29,6	13	18,3	2	2,8
X1.6	7	9,9	23	32,4	21	29,6	18	25,4	2	2,8
X1.7	4	5,6	24	33,8	22	31,0	17	23,9	4	5,6
X1.8	8	11,3	15	21,1	19	26,8	24	33,8	5	7,0
X1.9	2	2,8	28	39,4	15	21,1	24	33,8	2	2,8
X1.10	5	7,0	10	14,1	16	22,5	32	45,1	8	11,3

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

- 1) Data pada tabel 4.5 menyatakan bahwa variabel gaya hidup item X1.1, 4,2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 19,7% menyatakan tidak setuju, 38% menyatakan netral, 32,4% menyatakan setuju, dan 5,6% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden netral bahwa mereka mengeluarkan

- sejumlah uang untuk melakukan kegiatan yang menyenangkan diri sendiri.
- 2) Item X2.2, 2,8% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 21,1% menyatakan tidak setuju, 29,6% menyatakan netral, 43,7% menyatakan setuju, dan 2,8% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa mereka senang menghabiskan waktu diluar rumah untuk berkumpul bersama teman.
 - 3) Item X1.3, 4,2% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 18,3% menyatakan tidak setuju, 29,6% menyatakan netral, 42,3% menyatakan setuju, dan 5,6% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa mereka menikmati waktu senggang dengan mengunjungi tempat-tempat yang ramai, populer atau yang sedang *viral*.
 - 4) Item X1.4, 2,8% responden menyatakan sangat tidak setuju, 22,5% menyatakan tidak setuju, 35,2% menyatakan netral, 36,6% menyatakan setuju dan 2,8% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa mereka sering mengalokasikan waktu untuk berbelanja.
 - 5) Item X1.5, 16,9% responden menyatakan sangat tidak setuju, 32,4% menyatakan tidak setuju, 29,6% menyatakan netral, 18,3% menyatakan setuju dan 2,8% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden tidak setuju bahwa mereka mengikuti *trend* yang terjadi saat ini.
 - 6) Item X1.6, 7% responden menyatakan sangat tidak setuju, 32,4% menyatakan tidak setuju, 29,6% menyatakan netral, 25,4% menyatakan setuju dan 2,8% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan tidak setuju bahwa mereka mengikuti perkembangan *fashion* agar selalu *trendy*.

- 7) Item X1.7, 5,6% responden menyatakan sangat tidak setuju, 33,8% menyatakan tidak setuju, 31% menyatakan netral, 23,9% menyatakan setuju dan 5,6% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden tidak setuju bahwa mereka mengikuti perkembangan media sosial yang ada.
- 8) Item X1.8, 11,3% responden menyatakan sangat tidak setuju, 21,1% menyatakan tidak setuju, 26,8% menyatakan netral, 33,8% menyatakan setuju dan 7% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa barang yang di pakai dengan harga yang tinggiakan menjamin kualitas produk itu sendiri.
- 9) Item X1.9, 2,8% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 39,4% menyatakan tidak setuju, 21,1% menyatakan netral, 33,8% menyatakan setuju dan 2,8% menayatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan sebagian besar responden mendominasi pernyataan tidak setuju jika membeli suatu barang atau jasa dapat menunjukkan citra diri kepada lingkungan sekitar.
- 10) Item X1.10, 7% responden menyatakan tidak setuju, 14,1% menyatakan tidak setuju, 22,5% menyatakan netral, 45,1% menyatakan setuju dan 11,3% menyatakan sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian responden mendominasi setuju bahwa mereka menggunakan barang-barang *branded* dapat menumbuhkan perasaan bangga.

b. Literasi Keuangan (*Financial Literacy*) (X2)

Pada variabel literasi keuangan (*financial literacy*) terdiri dari 4 item pertanyaan, diperoleh hasil angka untuk variabel literasi keuangan (*financial literacy*) yang dapat dideskripsikan pada tabel 5.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Data Hasil Penelitian Literasi Keuangan
(Financial Literacy)

Item Pertanya an	Tot al STS	%	Tot al TS	%	Tot al N	%	Tot al S	%	Tot al SS	%
X2.1	5	7, 0	22	31, 0	16	22, 5	21	29, 6	7	9,9
X2.2	5	7, 0	8	11, 3	11	15, 5	28	39, 4	19	26, 8
X2.3	5	7, 0	10	14, 1	22	31, 0	28	39, 4	6	8,5
X2.4	4	5, 6	11	15, 5	23	32, 4	27	38, 0	6	8,5

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

- 1) Pada tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (*financial literacy*) item X2.1, 7% responden meyakini sangat tidak setuju, 31% menyatakan tidak setuju, 22,5% menyatakan netral, 29,6% menyatakan setuju dan 9,9% menyatakan sangat setuju. Artinya bahwa sebagian responden menyatakan tidak setuju bahwa pengetahuan perencanaan keuangan dapat mempertimbangkan biaya pengeluaran sehari-hari.
- 2) Item X2.2, 7% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 11,3% menyatakan tidak setuju, 15,5% menyatakan netral, 39,4% menyatakan setuju dan 26,8% menyatakan sangat setuju. Artinya sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa mahasiswa mengatur manajemen keuangan dengan cara mencatat pengeluaran dan pemasukan.
- 3) Item X2.3, 7% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 14,1% menyatakan tidak setuju, 31% menyatakan netral, 39,4% menyatakan setuju dan 8,5% menyatakan sangat setuju. Artinya sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa investasi sangat bermanfaat dalam menyiapkan masa depan yang lebih baik.

- 4) Item X2.4, 5,6% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 15,5% menyatakan tidak setuju, 32,4% menyatakan netral, 38% menyatakan setuju dan 8,5% menyatakan sangat setuju. Artinya sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa jika responden harus selalu memperkirakan setiap pengeluaran dalam membuat anggaran.

c. Pemahaman Ekonomi Islam (X3)

Pada variabel pemahaman ekonomi Islam terdiri dari 4 item pertanyaan, diperoleh hasil angka untuk variabel pemahaman ekonomi Islam yang dapat dideskripsikan pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7
Data Hasil Penelitian Pemahaman Ekonomi Islam

Item Pertanyaan	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
X3.1	6	8,5	22	31,0	18	25,4	18	25,4	7	9,9
X3.2	9	12,7	22	31,0	20	28,2	15	21,1	5	7,0
X3.3	4	5,6	5	7,0	19	26,8	27	38,0	16	22,5
X3.4	17	23,9	16	22,5	20	28,2	15	21,1	3	4,2

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS Statistics 16.0

- 1) Pada tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa variabel pemahaman ekonomi Islam item X3.1, 8,5% responden menyatakan sangat tidak setuju, 31% menyatakan tidak setuju, 25,4% menyatakan netral, 25,4% menyatakan setuju dan 9,9% menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak setuju bahwa mereka mendahulukan kebutuhan dari pada keinginan.
- 2) Item X3.2, 12,7% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 31% menyatakan tidak setuju, 28,2% menyatakan netral, 21,1% menyatakan setuju dan 7% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak setuju bahwa mereka selalu membuat prioritas kebutuhan.

- 3) Item X3.3, 5,6% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 7% menyatakan tidak setuju, 26,8% menyatakan netral, 38% menyatakan setuju dan 22,5% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa mengutamakan konsumsi sosial (misalnya: sedekah, zakat ataupun infak) sebagai penyeimbang perekonomian Islam.
- 4) Item X3.4, 23,9% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 22,5% menyatakan tidak setuju, 28,2% menyatakan netral, 21,1% menyatakan setuju dan 4,2% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden netral bahwa mereka mengkonsumsi barang sesuai petunjuk dalam agama Islam dengan cara mengkonsumsi secara wajar dan tidak berlebihan.

d. Perilaku Konsumtif (Y)

Pada variabel perilaku konsumtif terdiri dari 8 item pertanyaan, diperoleh hasil angka untuk variabel perilaku konsumtif yang dapat dideskripsikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Data Hasil Penelitian Perilaku Konsumtif

Item Pertanyaan	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
Y.1	2	2,8	9	12,7	19	26,8	29	40,8	12	16,9
Y.2	1	1,4	20	28,2	16	22,5	28	39,4	6	8,5
Y.3	3	4,3	8	11,3	24	33,8	34	47,9	2	2,8
Y.4	3	4,2	4	5,6	15	21,1	28	39,4	21	29,6
Y.5	5	7,0	19	26,8	25	35,2	18	25,4	4	5,6
Y.6	1	1,4	8	11,3	28	39,4	28	39,4	6	8,5
Y.7	3	4,3	10	14,1	28	39,4	22	31,0	8	11,3
Y.8	1	1,4	11	15,5	25	35,2	27	38,0	7	9,9

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

- 1) Pada tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif item Y.1, 2,8% responden menyatakan sangat tidak setuju, 12,7% menyatakan tidak setuju, 26,8% menyatakan

netral, 40,8% menyatakan setuju dan 16,9% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa responden tertarik hingga membeli produk atas dasar iming-iming diskon.

- 2) Item Y.2, 1,4% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 28,2% menyatakan tidak setuju, 22,5% menyatakan netral, 39,4% menyatakan setuju dan 8,5% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa mereka membeli produk karena bentuk kemasannya menarik.
- 3) Item Y.3, 4,2% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 11,3% menyatakan tidak setuju, 33,8% menyatakan netral, 47,9% menyatakan setuju dan 2,8% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa mereka membeli produk untuk menjaga penampilan diri ataupun gengsi.
- 4) Item Y.4, 4,2% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 5,6% menyatakan tidak setuju, 21,1% menyatakan netral, 39,4% menyatakan setuju dan 29,6% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa mereka membeli produk atas pertimbangan harga (bukan manfaat atau kegunaanya).
- 5) Item Y.5, 7% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 26,8% menyatakan tidak setuju, 35,2% menyatakan netral, 25,4% menyatakan setuju dan 5,6% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden netral bahwa mereka membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
- 6) Item Y.6, 1,4% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 11,3% menyatakan tidak setuju, 39,4% menyatakan netral, 39,4% menyatakan setuju dan 8,5% menyatakan sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden netral dan setuju bahwa responden

tertarik pada iklan sehingga mereka membeli produk tersebut.

- 7) Item Y.7, 4,2% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 14,1% menyatakan tidak setuju, 39,4% menyatakan netral, 31% menyatakan setuju dan 11,3% menyatakan sangat setuju. Artinya sebagian besar responden menyatakan setuju jika mereka menilai membeli sebuah barang atas dasar harga yang fantastis yang dapat memunculkan rasa percaya diri yang tinggi.
- 8) Item Y.8, 1,4% sebagian responden menyatakan sangat tidak setuju, 15,5% menyatakan tidak setuju, 35,2% menyatakan netral, 38% menyatakan setuju dan 9,9% menyatakan sangat setuju. Artinya sebagian responden menyatakan setuju bahwa mahasiswa mudah mencoba segala produk yang memiliki merek berbeda-beda walaupun fungsinya sama.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dalam suatu pengukuran dengan tingkat kesahihan, atau valid tidaknya koefisien. Koefisien dinyatakan valid, apabila pengukuran pada kuesioner telah memenuhi target yang diinginkan.¹⁰Dari penelitian ini, diperoleh ($df=71-3$) yaitu ($df=68$, dengan Sig.0,05) dengan perolehan r tabel sebesar (0,235). jika r hitung $\geq r$ tabel maka dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika r hitung $\leq r$ tabel maka dinyatakan tidak valid. Hasil analisis validitas tersebut dapat dilihat pada tabel 4.9, sebagai berikut:

¹⁰ Masrukhin, *Statistik Desriptif dan Inferensial (Aplikasi Program SPSS dan Excel)* (Kudus: Media Ilmu Press, 2008), 20.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected Item Total Correlation (R hitung)	R tabel (N = 71)	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	X1.1	0,595	0,235	Valid
	X1.2	0,554	0,235	Valid
	X1.3	0,557	0,235	Valid
	X1.4	0,674	0,235	Valid
	X1.5	0,552	0,235	Valid
	X1.6	0,688	0,235	Valid
	X1.7	0,735	0,235	Valid
	X1.8	0,782	0,235	Valid
	X1.9	0,649	0,235	Valid
	X1.10	0,674	0,235	Valid
Literasi Keuangan (<i>Financial Literacy</i>) (X2)	X2.1	0,753	0,235	Valid
	X2.2	0,775	0,235	Valid
	X2.3	0,834	0,235	Valid
	X2.4	0,845	0,235	Valid
Pemahaman Ekonomi Islam (X3)	X3.1	0,845	0,235	Valid
	X3.2	0,836	0,235	Valid
	X3.3	0,601	0,235	Valid
	X3.4	0,719	0,235	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,730	0,235	Valid
	Y.2	0,755	0,235	Valid
	Y.3	0,679	0,235	Valid
	Y.4	0,549	0,235	Valid
	Y.5	0,765	0,235	Valid
	Y.6	0,691	0,235	Valid
	Y.7	0,746	0,235	Valid
	Y.8	0,688	0,235	Valid

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS Statistics 16.0

Pada tabel 4.9 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa uji validitas dinyatakan valid karena masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung $\geq r$ tabel (0,233) dan bernilai positif.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan dalam melakukan pengukuran pada indikator dalam suatu kuesioner. Dapat dinyatakan reliabel apabila jawaban atas pertanyaan dalam kuesioner selalu konsisten. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach alphas* pada aplikasi SPSS. Mengenai karakteristik bahwa instrumen dinyatakan reliabel, jika *cronbach alpha* > 0,60.¹¹

Berdasarkan penelitian, diperoleh hasil analisis reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.10, berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coeffisien s	Cronbach's Alpha	Alpha	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	10 item	0,846	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan (<i>Financial Literacy</i>) (X2)	4 item	0,810	0,60	Reliabel
Pemahaman Ekonomi Islam (X3)	4 item	0,743	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	8 item	0,850	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa masing-masing variabel gaya hidup (X1) mempunyai *cronbach alphas* sebesar 0,846, variabel literasi keuangan (*financial literacy*) (X2) mempunyai *cronbach alpha* sebesar 0,810, variabel pemahaman ekonomi Islam (X3) mempunyai *cronbach alphas* sebesar 0,743 dan variabel perilaku konsumtif (Y) mempunyai *cronbach*

¹¹ Masrukhin, *Statistik Desriptif dan Inferensial*, 15.

*alphase*besar0,850. Dengan demikian setiap variabel mempunyai nilai*cronbach alpha* > 0,60. Artinya semua variabel(X1, X2, X3, dan Y) dinyatakan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat ada tidaknya suatu kemiripanpada variabel bebas terhadap variabel terikat. Suatu korelasi yang kuat jika terdapat kemiripan antar variabel. Selain hal tersebut, uji multikolinieritas digunakan agar terlepas dari kebiasaan terhadap pengambilan keputusan apakah ada pengaruh pada uji parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adanya multikolinieritas jika VIF (*Variance Inflation Factor*) yang dihasilkan diantara 1-10.¹²

Hasil analisis uji multikolinieritas dapat dilihat dalam tabel 4.11, berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity	Statistics
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Gaya Hidup	.647	1.544
Literasi Keuangan	.784	1.276
(Financil Literacy)		
Pemahaman Ekonomi	.590	1.695
Islam		

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Berdasarkan hasil pada tabel 4.11 diatas dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup, literasi keuangan (*financial literacy*), serta pemahaman ekonomi Islam mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,647, 0,784, 0,590 dengan VIF sebesar 1,544, 1,276, 1,695. Dengan demikian, dinyatakan bahwa nilai *tolerances* semua variabel bebas

¹² Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 158-159.

lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF variabel bebas kurang dari 10. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa tidak adanya gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi padapengujiandigunakanuntuk melihat ada atau tidaknya variabel pengganggu terhadap variabel yang diteliti dalam suatu korelasi. Autokorelasi yang sering terjadimenggunakan *time series*, sebaliknya jika autokorelasi jarang terjadi maka menggunakan *crossection* karena variabel pengganggu berbeda dengan yang lain. Autokorelasi dapat di deteksi dengan menggunakan nilai *Durbin Watson*.¹³

Adapun hasil uji autokorelasi dapat dilihat dalam tabel 4.12, berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	Std. Error of the Estinate	Durbin-Watson
1	3.671	1.963

a. Predictors: (Constant), Pemahaman Ekonomi Islam, Literasi Keuangan (*Financial Literacy*), Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Dari hasil analisis autokorelasi, di peroleh (n) = 71 dan k =3 maka dl = 1,528, du = 1,704, dan 4-du = 2,296. Dengan hasil pengujian $du < dw < 4-du$ ($1,704 < 1,964 < 2,296$), makadinyatakan bahwa tidak ada autokorelasi pada data penelitian tersebut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu kejadian di mana tidak konstannya pada varian dan kesalahan pengganggu kepada seluruh variabel independen. Apabila tidak terjadi heteroskedastisitas maka model regresi dapat dikatakan baik. Uji heteroskedastisitas dapat digunakan

¹³ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 106.

dengan menggunakan Uji Glejser, Uji Glejser sendiri adalah pengujian terhadap tingkat signifikansi. Uji ini digunakan untuk melihat respon pada variabel independen dengan nilai *absolut unstandardized* residual regresi sebagai variabel dependen. Jika $r > 0.05$ berarti tidak terjadi adanya heterokedastisitas, tetapi jika $r < 0.05$ berarti terjadi adanya heteroskedastisitas.¹⁴

Hasil analisis uji heteroskedastisitas dapat dilihat dalam tabel 4.13, berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstanda rdized	Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	5.580	1.407		3.967	.000
Gaya Hidup	-.075	.051	-.219	-1.486	.142
Literasi Keuangan (Financial Literacy)	-.080	.085	-.125	-.936	.353
Pemahaman Ekonomi Islam	.046	.101	.071	.459	.648
a. Dependent Variable: Abs_res					

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Berdasarkan hasil heteroskedastisitas yang dilakukan dapat diketahui nilai signifikan variabel gaya hidup adalah 0,142, variabel literasi keuangan (*financial literacy*) adalah 0,356, dan variabel

¹⁴Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 226.

pemahaman ekonomi Islam adalah 0,648. Sehingga semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dengan demikian dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji normal atau tidaknya pada variabel dependen dan variabel independen. Model regresi yang baik yaitu mempunyai distribusi data normal atau hampir normal. Data yang terbentuk lonceng (*bell shaped*) pasti selalu mengikuti arah atau mendekati distribusi normal.

Alternatif lain untuk uji normalitas data adalah dengan menggunakan *normal probability plot* dengan dilakukan perbandingan antara distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi dikatakan normal apabila membentuk satu garis lurus diagonal, kemudian dilakukan perbandingan pada *ploting* data residual terhadap garis diagonal. Garis akan mengikuti garis diagonalnya distribusi data normal. Selain itu, uji statistik non-parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S) dapat digunakan untuk menguji normalitas residual.¹⁵

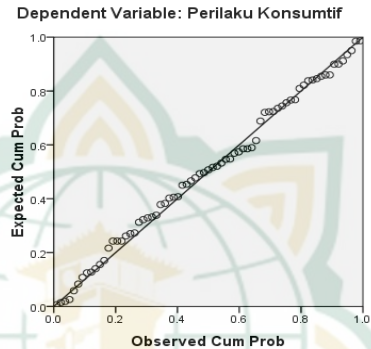
Hasil uji normalitas melalui *normal probability plot* dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini:

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2006), 147-151.

Gambar 4.1

Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Dengan melihat tampilan grafik *normal probability plot*, penyebaran titik-titik pada garis diagonal mengikuti arah garis diagonalnya. Sehingga *normal probability plot* dinyatakan normal.

Selain itu, pengujian normalitas residual dapat menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S), dapat dilihat pada tabel 4.14, sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		71
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.59165757
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.476
Asymp. Sig. (2-tailed)		.977

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Berdasarkan uji statistik non-parametik Kolmogrov-Smirnov (K-S) diketahui nilai signifikansi $0,977 > 0,05$, sehingga dinyatakan bahwa uji tersebut normal.

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel Gaya Hidup, Literasi Keuangan (*Financial Literacy*), dan Pemahaman Ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus. Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dengan menggunakan SPSS, maka dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.310	2.321		3.149	.002
Gaya Hidup	.275	.084	.331	3.294	.002
Literasi Keuangan (<i>Financial Literacy</i>)	.315	.141	.204	2.233	.029
Pemahaman Ekonomi Islam	.601	.167	.379	3.599	.001

a. Dependent Variabel: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasl Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Dari tabel 4.15 di atas, dapat dijelaskan model persamaan regresi linear berganda, berikut ini:

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

$$Y = 7,310 + 0,275X_1 + 0,315X_2 + 0,601X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Perilaku Konsumtif

a : Konstanta

X₁ : Gaya hidup

X₂ : Literasi keuangan (*financial literacy*)

X₃ : Pemahaman Ekonomi Islam

b₁ : Koefisien gaya hidup

b₂ : Koefisien literasi keuangan (*financial literacy*)

b₃ : Koefisien pemahaman ekonomi Islam

e : Faktor error atau faktor lain diluar penelitian

Dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai a = 7,310 artinya jika variabel independen dianggap konstanta maka rata-rata perilaku konsumtif (Y) sebesar 7,310.
- b. Nilai koefisien regresi sebesar 0,275 artinya setiap terjadi kenaikan gaya hidup (X₁) sebesar satu-

satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,275.

- c. Nilai koefisien regresi sebesar 0,315 artinya setiap terjadi kenaikan literasi keuangan (*financial literacy*) (X2) sebesar satu-satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,315.
- d. Nilai koefisien regresi sebesar 0,601 artinya setiap terjadi kenaikan pemahaman ekonomi Islam (X3) sebesar satu-satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,601.

2. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi bertujuan dalam melihat seberapa besar variabel independen (gaya hidup, literasi keuangan (*financial literacy*) dan pemahaman ekonomi Islam) mampu mempengaruhi variabel dependen (perilaku konsumtif). Adapun hasil analisis determinasi dapat dilihat pada tabel 4.16, sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Analisis Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square
1	.749 ^a	.561

- a. Predictors: (Constant), Pemahaman Ekonomi Islam, Literasi Keuangan (Financial Literacy), Gaya Hidup
- b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Dari tabel 4.16 di atas, dapat dinyatakan angka R^2 (R Square) sebesar 0,561 dengan presentase 56,1%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase gaya hidup, literasi keuangan (*financial literacy*), dan pemahaman ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif sebesar 56,1%, sehingga terdapat selisih antara 100% - 56,1% sisanya sebesar 43,9% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti pengaruh lingkungan keluarga, pengendalian diri, modernitas individu, kebudayaan, status sosial dan lain-lain.

3. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji t digunakan dalam menguji secara individu pada variabel bebas apakah berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Diketahui tabel distribusi t dengan menggunakan derajat kebebasan (df)= $n-k$, maka $df=(71-3)$ atau derajat kebebasan 68 dengan signifikan 0,05, jadi t tabel sebesar 1,995.

Berdasarkan hasil uji t hitung dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4.17
Hasil Uji-t
Coefficients^a

Model	T	Sig.
(Constant)	3.149	.002
Gaya Hidup	3.294	.002
Literasi Keuangan (Financial Literacy)	2.233	.029
Pemahaman Ekonomi Islam	3.599	.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.17 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa diketahui nilai t_{hitung} dari setiap variabel, adalah sebagai berikut:

- Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,294 di mana selanjutnya diperbandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,995 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,294 > 1,995$) dengan nilai sig. $0,002 < 0,05$ dengan demikian H_0 di tolak dan H_1 diterima. Artinya variabel gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

- Pengaruh Literasi Keuangan (*Financial Literacy*) terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,233 dimana selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,995 berarti nilai $t_{hitung} >$

$t_{\text{tabel}} (2,233 > 1,995)$ dengan nilai sig. $0,029 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya bahwa variabel literasi keuangan (*financial literacy*) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

- c. Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,599 dimana selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,995 berarti $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} (3,599 > 1,995)$ dengan nilai sig. $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya variabel pemahaman ekonomi Islam mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4. Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk menguji secara bersama-sama dalam menentukan seberapa besar pengaruh signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ atau sig $> \alpha$, maka H_0 diterima, sebaliknya apabila $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ atau sig $< \alpha$, maka H_0 ditolak. Tabel distribusi F diketahui $df(n1)=k$ dan $df(n2)=n-k-1$. Sehingga t tabel diperoleh $df(n1)=3$ dan $df(n2)=71-3-1$ dengan signifikansi 5% adalah 2,742.

Tabel 4.18

**Hasil Uji F
ANOVA^b**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1152.493	3	384.164	28.504	.000 ^a
Residual	903.000	67	13.478		
Total	2055.493	70			

- a. Predictors: (Constant), Pemahaman Ekonomi Islam, Literasi Keuangan (Financial Literacy), Gaya Hidup
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS Statistics 16.0

Dari tabel 4.18, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 28,504 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($28,504 > 2,742$) maka H_0 ditolak, maka variabel gaya hidup, literasi keuangan (*financial literacy*) dan pemahaman ekonomi Islam secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif.

F. Pembahasan

1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Variabel gaya hidup (X_1) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Diketahui dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar ($3,294 > 1,995$) dan nilai sig. $0,002 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Secara parsial gaya hidup merupakan variabel independen pertama yang berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dan mempunyai t_{hitung} positif yang berarti gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Gaya hidup merupakan gambaran bagi seseorang yang mengenaannya atau mengekspresikannya berupa aktivitas, minat dan opininya dalam lingkungan di sekitarnya. Perkembangan zaman dan teknologi juga berkaitan erat dengan gaya hidup yang ada.¹⁶

Berdasarkan bukti empiris yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dapat dilihat bahwa makin tinggi gaya hidup seseorang maka akan kian bertambah pula perilaku konsumtif seseorang.

Dari uraian di atas, maka penelitian ini mendukung penelitian yang telah diteliti oleh Dias Kanserina tentang “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015” menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

¹⁶ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 26.

2. Pengaruh Literasi Keuangan (*Financial Literacy*) terhadap Perilaku Konsumtif

Variabel literasi keuangan (*financial literacy*) (X2) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Diketahui berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $(2,233 > 1,995)$ dan nilai signifikansi $0,029 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, secara parsial literasi keuangan (*financial literacy*) merupakan variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan t hitung positif yang artinya literasi keuangan (*financial literacy*) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Literasi keuangan (*financial literacy*) didefinisikan sebagai usaha yang berhubungan dalam meningkatkan pengetahuan (*Knowledge*), keterampilan (*Skill*) dan keyakinan (*Confidence*) terhadap perilaku konsumen seseorang supaya dapat mengelola keuangannya dengan baik.¹⁷

Berdasarkan bukti empiris yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah literasi keuangan (*financial literacy*) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Upaya dalam meningkatkan literasi keuangan (*financial literacy*) dapat dilakukan dengan cara melihat bagaimana seseorang membuat ataupun mengelola keuangannya dengan baik. Semakin baik pengetahuan mengenai literasi keuangan (*financial literacy*) maka akan semakin baik pula seseorang dalam berperilaku konsumsi.

Dari uraian di atas, maka penelitian ini mendukung pada penelitian yang telah diteliti oleh Risa Astiningrum tentang “Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa prodi PJKR UPGRIS” menyatakan bahwa literasi keuangan (*financial literacy*) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

¹⁷ Apriliani Roestanto, *Literasi Keuangan* (Yogyakarta: Istana Media, 2017), 1.

3. Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumtif

Variabel pemahaman ekonomi Islam (X3) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Diketahui berdasarkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $(3,599 > 1,995)$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Secara parsial pemahaman ekonomi Islam adalah variabel independen yang mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dan t hitung positif yang artinya pemahaman ekonomi Islam berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Pemahaman merupakan kemampuan seseorang dimana mereka mengerti atau mengetahui sesuatu dengan benar. Orang yang memahami akan mampu menganalisis hingga menyimpulkan apa yang telah ia pahami.¹⁸ Sedangkan ekonomi Islam sendiri bertujuan dalam meningkatkan *human falah* (kebahagiaan manusia) berdasarkan petunjuk dari Allah SWT.¹⁹

Berdasarkan bukti empiris yang telah dilakukan oleh penelitian ini adalah pemahaman ekonomi Islam mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dapat dilihat bahwa semakin tinggi pemahaman ekonomi Islam maka akan semakin baik pula dalam mengendalikan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Hilyati Inayah tentang “Pengaruh Ketimpangan Ekonomi dan Pemahaman Ekonomi Islam terhadap Minat Mengembangkan 212 Mart dengan Ghirah Sebagai Variabel Intervening” menyatakan ada sedikit perbedaan dalam variabel dependen, dalam penelitian Hilyati Inayah pemahaman ekonomi Islam berpengaruh signifikan terhadap minat mengembangkan 212 Mart sedangkan pada penelitian ini pemahaman ekonomi Islam berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

¹⁸ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi: Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 156-157.

¹⁹ Nurul Hak, *Ekonomi Islam Hukum Bisnis Syari'ah* (Yogyakarta: Teras, 2011), 1.

4. Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan (*Financial Literacy*), dan Pemahaman Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis data pada penelitian berdasarkan uji signifikansi parameter simultan (Uji f) dapat dinyatakan bahwa variabel gaya hidup, literasi keuangan (*financial literacy*), dan pemahaman ekonomi Islam berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut terbukti pada uji f , terdapat f hitung sebesar 28,504 ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($28,504 > 2,742$) dan nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dalam model regresi dapat digunakan dalam memprediksi suatu variabel dependen. Sehingga dapat dikatakan variabel gaya hidup, literasi keuangan (*financial literacy*), dan pemahaman ekonomi Islam secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan R^2 sebesar 0,561 dengan presentase 56,1%. Sehingga dapat dinyatakan bahwa presentase gaya hidup, literasi keuangan (*financial literacy*), dan pemahaman ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif sebesar 56,1%, jadi, sisanya diperoleh dari $100\% - 56,1\%$ adalah sebesar 43,9%. Maka 43,9% telah dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Indarti Kusumaningtyas dan Norida Canda Sakti, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Siswa kelas X1 IPS di SMA Negeri 1 Taman Sidoarjo” menyatakan bahwa secara simultan literasi keuangan (*financial literacy*) dan gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Hilyati Inayah tentang “Pengaruh Ketimpangan Ekonomi dan Pemahaman Ekonomi Islam terhadap Minat Mengembangkan 212 Mart dengan Ghirah Sebagai Variabel Intervening” menyatakan secara simultan pemahaman ekonomi Islam berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mengembangkan

212 Mart, perbedaan dalam penelitian ini pemahaman ekonomi Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

