

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

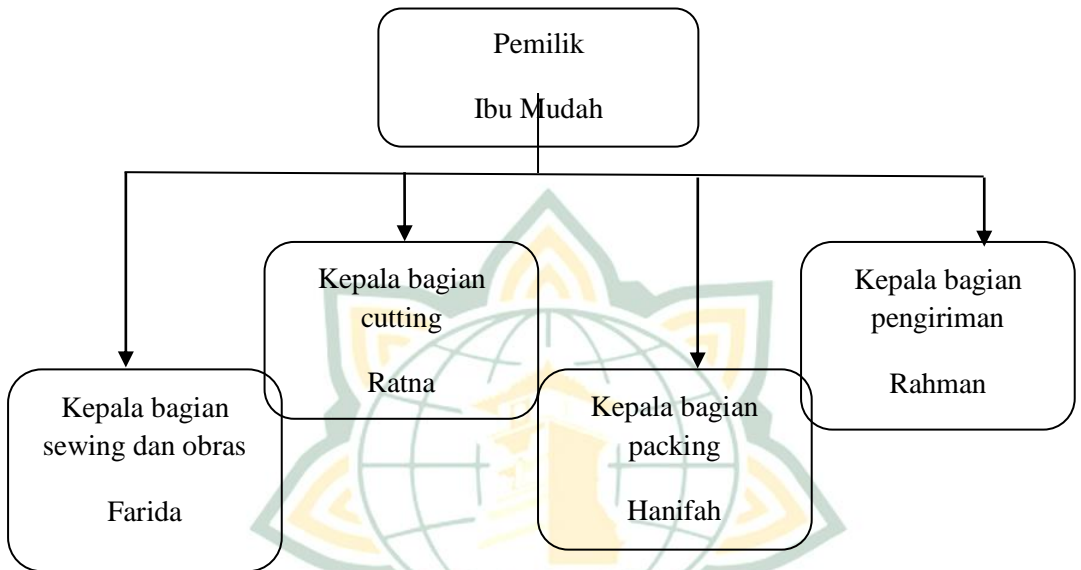
a. Profil Mudah *Collection*

Mudah *Collection* adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang konveksi, di dalamnya usaha ini membuat berbagai macam celana, mulai dari celana kulot, celana training, boxer, dll . Dalam kegiatan operasionalnya konveksi ini dijalankan sesuai Perusahaan PT.BOMIN sebab pembagian job sudah diatur dengan sistematis yang selayaknya. Selain itu, barang yang diproduksi juga sama sama dalam bidang sandang. Kini pemasaran di Mudah *Collection* telah menyebar hingga di Surabaya, dan permintaan konsumen sudah naik 76% dari awal dimulai, hingga sekarang ini sudah memiliki karyawan sebanyak 53 orang karyawan.

Lokasi Mudah *Collection* berada di Desa Kuanyar Rt.03/R w.02, kecamatan Mayong, kabupaten Jepara. Lokasi yang ditempati ini bersih serta tertata rapi sehingga dalam kegiatan bekerja karyawan merasa nyaman.¹

¹ Farida, Karyawan, wawancara oleh penulis, , 4 Mei 2021, wawancara 1, transkrip.

Dalam konveksi Mudah *Collection* terdapat manajemen yang terdapat susunan organisasi, berikut struktur organisasinya :



Sumber : data wawancara dari penulis, diolah 2021.

b. Sejarah Mudah *Collection*

Sejarah berdirinya Mudah *Collection* di mulai dari semangat seorang ibu rumah tangga yang awal dirintis hanya bermodal tekad untuk membuat usaha agar dapat disetor keliling kepasar- pasar. Usaha konveksi ini berdiri sejak 13 tahun yang lalu, tepatnya pada tahun 2008. Awal mula dirintis usaha ini, hanya mempunyai 2 orang karyawan, karyawan tersebut merupakan tetangga dari ibu Mudah sendiri. Modal awal yang digunakan ibu Mudah sebesar 7,5 juta , modal ini didapat beliau dari penjualan toko yang dimilikinya di pasar Mayong. Dengan modal tersebut ibu Mudah mulai membeli satu buah mesin jahit dan bahan yang berupa kain yang akan yang digunakan. Pertama kali proses pemasaran ibu Mudah yakni di setorkan ke pedagang pasar Mayong, Ngabul, Pecangaan, Kalinyamatan, dan pasar Jepara II.

Seiring berjalannya waktu, usaha konveksi ini berbembang sangat baik meskipun perkembangannya tidak terlalu signifikan setiap tahunnya. Hingga sekarang ibu Mudah sudah mempunyai pelanggan yang banyak hingga di luar Jawa. Selain itu, perkembangannya dapat dilihat melalui jumlah karyawan dan sistem penerapan kerja sudah selayaknya pabrik/ perusahaan konveksi besar.²

c. Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini adalah karyawan di konveksi Mudah *Collection*, yang berjumlah 53 karyawan, dari 53 karyawan terbagi menjadi lima bagian yang terdiri dari cutting, sewing, obras, packing, dan pengiriman. Dalam penelitian ini menggunakan karyawan di konveksi Mudah *Collection* sebagai responden dengan tujuan karyawan tersebut telah memenuhi syarat yang akan diteliti dalam penelitian ini.

1) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	7	13,207%
Perempuan	46	86,792%
Total	53	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berkesesuaian dengan data yang terhimpun pada table di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya jumlah responden laki-laki sebanyak 7 orang dan responden perempuan sebanyak 46 orang atau dengan presentase 13,207% untuk laki-laki dan 86,792% untuk perempuan.

² Mudah, Pemilik, wawancara oleh penulis, 4 Mei 2021, wawancara 2, transkrip

2) Usia Responden

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase (%)
19-25 tahun	25	47,169%
26-30 tahun	15	28,301%
>30 tahun	13	24,528%
Total	53	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berkesesuaian dengan data yang terhimpun pada table di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya responden yang berusia antara 19-25 tahun sebanyak 15 responden atau 47,169%, yang berusia antara 26-30 tahun sebanyak 15 responden atau 28,301%, dan yang berusia lebih atau diatas 30 tahun sebanyak 13 responden atau 24,528%.

3) Bagian Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Bagian Pekerjaan Responden

Bagian pekerjaan	Jumlah	Presentase(%)
Sewing	25	47,169%
Cutting	5	9,433%
Obras	11	20,754%
Packing	7	13,207%
Pengiriman	5	9,433%
Total	53	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berkesesuaian dengan data yang terhimpun pada table di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya responden yang bagian pekerjaannya sebagai sewing sebanyak 25 responden atau 47,169%, yang cutting sebanyak 5 responden atau 9,433%, yang bekerja di bagian obras sebanyak 11 responden atau 20,754%, yang packing sebanyak 7 responden atau 13,207%, dan yang terakhir pada bagian pengiriman ada 5responden atau 9,433%. Sehingga dapat dilihat bahwa responden dari sewing yang mempunyai jumlah terbanyak yaitu sebanyak 47 responden atau 47,169%.

d. Deskripsi Data Penelitian

Hasil penelitian masing-masing jawaban responden tentang Pendapatan, Pergaulan, dan Sosial Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden Dari Kuesioner

Variabel	Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
Pendapatan (X1)	X1.1	1	1,88	1	1,88	3	5,66	24	45,28	24	45,28
	X1.2	0	0	1	1,88	3	5,66	20	37,73	29	54,71
	X1.3	1	1,88	0	0	9	16,98	19	33,84	24	45,28
	X1.4	1	1,88	1	1,88	4	7,54	21	39,62	26	49,05
	X1.5	0	0	2	3,77	18	33,96	22	41,50	11	20,75
	X1.6	0	0	1	1,88	7	13,20	27	50,94	18	33,96
	X1.7	0	0	2	3,77	8	15,09	19	35,84	24	45,28
	X1.8	1	1,88	0	0	3	5,66	24	45,28	25	47,16
	X1.9	1	1,88	0	0	4	7,54	19	35,84	29	54,71
	X1.10	1	1,88	1	1,88	1	1,88	18	33,96	32	60,37
Pergaulan (X2)	X1.1	0	0	0	0	6	11,32	25	47,16	22	41,50
	X1.2	0	0	1	1,88	2	3,77	29	54,71	21	39,62
	X1.3	0	0	1	1,88	7	13,20	26	49,05	19	35,84
	X1.4	0	0	5	9,43	13	24,52	21	39,62	14	26,41
	X1.5	0	0	1	1,88	12	22,64	30	56,60	10	18,86
	X1.6	0	0	1	1,88	7	13,20	26	49,05	19	35,84
	X1.7	1	1,88	2	3,77	14	26,41	25	47,16	11	20,75
	X1.8	0	0	2	3,77	19	35,84	17	32,07	15	28,30

	X1.9	0	0	1	1,88	4	7,54	31	58,49	17	32,07
	X1.10	0	0	1	1,88	0	0	31	58,49	21	39,62
Sosial Ekonomi (X3)	X1.1	1	1,88	1	1,88	1	1,88	18	33,96	32	60,37
	X1.2	1	1,88	0	0	4	7,54	19	33,84	29	54,71
	X1.3	0	0	0	0	6	11,32	25	47,16	22	41,50
	X1.4	1	1,88	3	5,66	6	11,32	26	49,05	17	32,07
	X1.5	0	0	1	1,88	4	7,54	31	58,49	17	32,07
	X1.6	0	0	1	1,88	7	13,20	26	49,05	19	35,84
	X1.7	0	0	1	1,88	12	22,64	30	56,60	10	18,86
	X1.8	0	0	3	5,66	3	5,66	25	47,16	22	41,50
	X1.9	0	0	3	5,66	7	13,20	23	43,39	20	37,73
	X1.10	0	0	2	3,77	3	5,66	28	52,83	21	39,62
Perilaku Konsumtif (Y)	X1.1	0	0	3	5,66	10	18,86	25	47,16	15	28,30
	X1.2	0	0	1	1,88	7	13,20	22	41,50	23	43,39
	X1.3	0	0	3	5,66	3	5,66	25	47,16	22	41,50
	X1.4	0	0	3	5,66	7	13,20	23	43,39	20	37,73
	X1.5	0	0	2	3,77	3	5,66	20	37,73	28	52,83

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

1) Variabel Pendapatan (X1)

Dari hasil diatas, dapat diketahui ringkasan jawaban untuk variabel pendapatan, responden yang menjawab Sangat Tidak setuju ada 1,13%, yang menjawab Tidak Setuju ada 1,69%, yang menjawab Netral ada 11,32%, yang menjawab Setuju ada 40,18%, dan yang menjawab Sangat Setuju berjumlah 45,66%.

Sehingga dapat menjelaskan bahwa responden banyak yang menjawab setuju dan sangat setuju dilihat dari jumlah presentase diatas.

2) Variabel Pergaulan (X2)

Dari hasil diatas, dapat diketahui ringkasan jawaban untuk variabel pergaulan, responden yang menjawab Sangat Tidak setuju ada 0,18%, yang menjawab Tidak Setuju ada 2,83%, yang menjawab Netral ada 15,84%, yang menjawab Setuju ada 31,88%, dan yang menjawab Sangat Setuju berjumlah 49,24%.

Sehingga dapat menjelaskan bahwa banyak responden yang menjawab setuju dan sangat setuju dilihat dari jumlah presentase diatas.

3) Variabel Sosial Ekonomi

Dari hasil diatas, dapat diketahui ringkasan jawaban untuk variabel sosial ekonomi, responden yang menjawab Sangat Tidak setuju ada 0,56%, yang menjawab Tidak Setuju ada 2,83%, yang menjawab Netral ada 8,11%, yang menjawab Setuju ada 47,35%, dan yang menjawab Sangat Setuju berjumlah 39,43%.

Sehingga dapat menjelaskan bahwa responden banyak yang menjawab setuju dan sangat setuju dilihat dari jumlah presentase diatas.

4) Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Dari hasil diatas, dapat diketahui ringkasan jawaban untuk variabel perilaku konsumtif, responden yang menjawab Sangat Tidak setuju ada 0%, yang menjawab Tidak Setuju ada 4,52%, yang menjawab Netral ada 11,32%, yang menjawab Setuju ada 43,76%, dan yang menjawab Sangat Setuju berjumlah 40,75%.

Sehingga dapat menjelaskan bahwa responden banyak yang menjawab setuju dan sangat setuju dilihat dari jumlah presentase diatas.

2. Hasil Uji Instrumen ANALIS DATA

a. Uji Validitas Instrumen

Validitas (*validity*) menentukan seberapa baik alat bantu pengukuran dalam menjalankan fungsinya. Jika instrumem tersebut mampu melakukan pengukuran sesuai yang kita harapkan maka dikatakan instrument tersebut merupakan instrumen yang valid. Jika instrument tersebut valid dapat disimpulkan bahwa nilai yang didapatkan dalam pengukuran ersebut mampu membuktikan fakta sesungguhnya. Dengan menggunakan metode statistic dapat mengetahui valid tidaknya item pernyataan pada kuesioner dapat berpatokan pada nilai r. Jika nilai r yang lebih tinggi dari r tabel maka menngungkapkan bahwa item tersebut dinyatakan valid.

Semua data dari variabel penelitian ini yang kemudian dikembangkan menjadi pertanyaan untuk

keperluan koefisien maka dari ke 4 variabel yaitu variabel X (independen) dan variabel Y (dependen) dapat disimpulkan keseluruhannya valid karena r-hitung lebih besar dari r-tabel.

Untuk mendapatkan data, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 non responden. 30 non responden tersebut mengisi kuesioner yang terdapat 4 variabel. Yaitu variabel pendapatan (X1) terdapat 10 pertanyaan, variabel pergaulan (X2) terdapat 10 pertanyaan, variabel social ekonomi (X3) terdapat 10 pertanyaan dan yang terakhir variabel perilaku konsumtif (Y) terdapat 5 pertanyaan. Berikut ini adalah hasil uji validitas:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Variabel	Nomer soal	r-Hitung	r-tabel	Keterangan
1	Pendapatan (X1)	1	0,791	0,361	Valid
		2	0,478	0,361	Valid
		3	0,582	0,361	Valid
		4	0,701	0,361	Valid
		5	0,583	0,361	Valid
		6	0,672	0,361	Valid
		7	0,640	0,361	Valid
		8	0,444	0,361	Valid
		9	0,731	0,361	Valid
		10	0,791	0,361	Valid
2	Pergaulan (X2)	1	0,781	0,361	Valid
		2	0,587	0,361	Valid
		3	0,781	0,361	Valid
		4	0,781	0,361	Valid
		5	0,607	0,361	Valid
		6	0,545	0,361	Valid
		7	0,710	0,361	Valid
		8	0,765	0,361	Valid
		9	0,448	0,361	Valid
		10	0,765	0,361	Valid
3	Sosial Ekonomi	1	0,434	0,361	Valid
		2	0,396	0,361	Valid

	(X3)	3	0,376	0,361	Valid		
		4	0,391	0,361	Valid		
		5	0,477	0,361	Valid		
		6	0,544	0,361	Valid		
		7	0,708	0,361	Valid		
		8	0,434	0,361	Valid		
		9	0,399	0,361	Valid		
		10	0,585	0,361	Valid		
		4	Perilaku Konsumtif (Y)	1	0,787	0,361	Valid
				2	0,681	0,361	Valid
3	0,535			0,361	Valid		
4	0,787			0,361	Valid		
5	0,587			0,361	Valid		

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian validitas pada setiap variabel adalah sebagai berikut:

1) Pendapatan

Pada variabel Pendapatan terdiri dari 10 (sepuluh) item pertanyaan, dimana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

2) Pergaulan

Pada variabel Pergaulan terdiri dari 10 (sepuluh) item pertanyaan, dimana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

3) Sosial Ekonomi

Pada variabel Sosial Ekonomi terdiri dari 10 (sepuluh) item pertanyaan, dimana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

4) Perilaku Konsumtif

Pada variabel Perilaku Konsumtif terdiri dari 10 (sepuluh) item pertanyaan, dimana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa r_{hitung} lebih tinggi dari r_{tabel} (0,361) dan bernilai positif, dengan demikian butir pertanyaan tersebut dikatakan *valid*.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas (*reliability*) berguna untuk mengukur tingkat kepercayaan pada setiap item. Tingkat kepercayaan ini berdasarkan konsistensi jawaban yang diberikan oleh responden. Konsistensi tersebut dipandang relatif dan dengan asumsi karakteristik yang diuji pada sasaran tidak mengalami perubahan walaupun dalam waktu yang berbeda. Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan keseluruhan variabel baik itu variabel independen dan dependen dapat disimpulkan reliabel karena hasil cronbach alpha lebih dari 0,60.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Cronbach</i> <i>Alpha</i>	Keterangan
Pendapatan (X1)	10	0,838	Reliabel
Pergaulan (X2)	10	0.868	Reliabel
Sosial Ekonomi (X3)	10	0,626	Reliabel
Perilaku Konsumtif	5	0,697	Reliabel

Sumber: Data yang Diolah, 2021

Sesuai dengan data dan penjelasan diatas masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60 ($\alpha > 0,60$) yang artinya bahwa semua variabel X1, X2, X3 dan Y dapat dikatakan Reliabel.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data. Dalam rangka membuktikan normal tidaknya distribusi data digunakanlah perhitungan metode statistik yang digunakan untuk menguji uji normalitas data adalah dengan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan taraf signifikasi sebesar 0,05, yang berarti jika

data lebih dari 0,05 akan dianggap normal, sebaliknya jika data yang kurang dari 0,05 maka dianggap tidak normal. Selain menggunakan metode statistic tersebut pada penelitian ini juga menggunakan metode statistic P-PLOT, uji ini beranggapan bahwa apabila titik titik atau data berada didekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal, namun apabila titik titik menjauh atau tersebar dan tidak mengikuti garis diagonal maka hal ini menunjukkan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

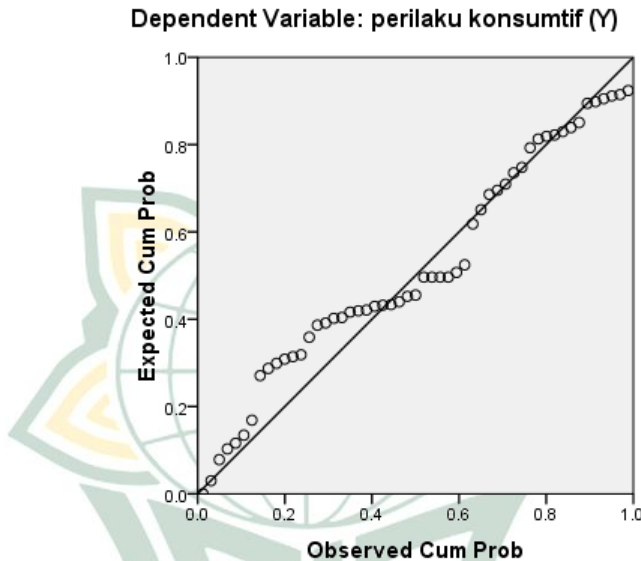
<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0,310	Normal

Sumber: Data yang Diolah, 2021

Dapat diketahui dari table uji normalitas dengan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, untuk signifikasi p) adalah 0,310 yang artinya lebih besar dari taraf signifikasi 0,05. Sehingga dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji normalitas pada penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil Uji P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan chart di atas, dapat dijelaskan bahwa titik – titik plotting selalu mendekati garis diagonal. Oleh sebab itu, dapat dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan dalam uji normalitas teknik probability plot jadi dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menunjukkan korelasi masing- masing antara variabel bebasnya.³ Dalam standarnya suatu persamaan regresi tidak akan terdapat hubungan yang kuat pada variabel bebasnya. Jika terdeteksi multikolinieritas maka variabel *orthogonal* tidak akan terjadi. variabel *orthogonal* ialah keadaan dimana variabel independen korelasinya memiliki besaran nilai nol. Apabila VIF

³ Maskurin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Pres, 2018), 180.

yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁴ Hasil uji multikolinieritas yang telah dilakukan

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pendapatan	0,331	3,023
Pergaulan	0,148	6,752
Sosial Ekonomi	0,137	7,321

Sumber: Data yang Diolah, 2021

Dari table diatas, didapatkan hasil variabel pendapatan mempunyai nilai VIF sebesar 3,023, untuk variabel pergaulan mempunyai nilai VIF sebesar 6,752, dan untuk variabel sosial ekonomi mempunyai nilai VIF sebesar 7,321.

Dikarenakan pada *Collinearity Statistics* atau pada nilai Tolerance tidak ada yang lebih kecil dari 0,10, dan nilai VIF tidak ada yang lebih besar dari 10. Maka dapat dikatakan bahwa dalam pengujian multikolinieritas ini kesimpulannya tidak terjadi multikolinieritas.

⁴ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), 159.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimanfaatkan guna mengetahui ada tidaknya kesamaan ragam dari nilai sisa antar observasi. Apabila ragam dari nilai sisa antar observasi tetap, maka dikategorikan homoskedastisitas dan apabila ragam dari nilai sisanya berbeda maka dikategorikan heteroskedastisitas.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a	
Model	Sig
1 (Constant)	.000
Pendapatan	.0895
Pergaulan	.0286
Sosial Ekonomi	.040

Sumber: Data yang Diolah, 2021

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi (sig) untuk variabel pendapatan (X1) adalah 0,895, sementara nilai signifikansi (sig) untuk variabel pergaulan (X2) adalah 0,286, dan untuk nilai signifikansi (sig) variabel sosial ekonomi (X3) adalah 0,40 . karena dari ketiga variabel diatas lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glatjer, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedstisitas dalam model regresi.

4. Hasil Uji HIPOTESIS

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda difungsikan guna membentuk dan persamaan dan memanfaatkan model tersebut untuk melakukan estimasi. Dalam bahasa lain analisis regresi merupakan analisis prediksi. Disebabkan sifatnya yang prediksi maka nilainya tidak selalu sama dengan besaran riil.⁵

⁵ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: ANDI, 2009), 197.

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Prediksi	Koefisien	t _{hitung}	Signifikasi
Constant		-0.552	-.304	.763
Perilaku Konsumtif				
Pendapatan	-	-0.135	-1.964	0.055
Pergaulan	+	0.073	.691	0.493
Sosial Ekonomi	+	0.573	5.169	0.000
R Square	= 0.776			
Adjust R ²	= 0.762			
F hitung	= 56.545			Sig : 0.000

Sumber: Data yang Diolah, 2021

Berkesesuaian dengan tabel di atas, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0.552 - 0.135 X_1 + 0.073 X_2 + 0.573 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Konstanta -0,552
 Nilai konstanta -0,552 artinya jika variabel pendapatan, pergaulan dan sosial ekonomi adalah , maka nilai variabel perilaku konsumtif merurun nilainya sebesar -0,552.
- 2) Koefisien variabel pendapatan -0.135
 Variabel Pendapatan mempunyai nilai koefisien sebesar -0,135, artinya setiap kenaikan satu satuan variabel pendapatan, maka perilaku konsumtif akan turun sebesar -0,135 .
- 3) Koefisien variabel Pergaulan 0,073
 Variabel pergaulan mempunyai nilai koefisien sebesar 0,073, artinya setiap kenaikan satu satuan variabel pergaulan , maka perilaku konsumtif akan naik sebesar 0,073.
- 4) Koefisien variabel Sosial Ekonomi 0.573
 Variabel Sosial Ekonomi mempunyai nilai koefisien sebesar 0,573, artinya setiap kenaikan satu satuan variabel Sosial Ekonomi, maka perilaku konsumtif akan naik sebesar 0,573

b. Hasil Uji T

Uji t adalah tahapan pengujian yang dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi mengenai ada tidaknya pengaruh signifikan variabel bebas secara mandiri terhadap variabel terikat. Jika $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima, jika $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak. Selain dari nilai signifikansi, keputusan juga dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh, tapi jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh. Berikut adalah hasil uji t yang telah dilakukan.

Tabel 4.10
Hasil Uji t

variabel	Thitung	Ttabel	Sig	keterangan
Pendapatan (X1)	-1,964	1,677	0,055	Tidak berpengaruh
Pergaulan (X2)	0,691	1,677	0,493	Tidak berpengaruh
Sosial ekonomi (X3)	5,169	1,677	0,000	Berpengaruh

Sumber: Data yang Diolah, 2021

Untuk memperjelas hasil pengujian dari tabel uji T diatas, maka dibuatlah sebuah keterangan penjelas dari setiap variabel secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1) Variabel pendapatan (X1)

Dari hasil uji t di atas, didapatkan nilai t_{hitung} variabel pendapatan yaitu -1,964. Sedangkan nilai t_{tabel} 1,677 yang didapat dari tabel t-test dengan rumus $t_{tabel} = \alpha / 2 : n - k - 1 (0,05 / 2 : 53 - 3 - 1 = 0,025 : 49) = 1,677$.

Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel} (-1,964 < 1,677)$ dan juga nilai $sig < 0,05 (0,055 < 0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

2) Variabel pergaulan (X2)

Dari hasil uji t di atas, didapatkan nilai t_{hitung} variabel pergaulan yaitu 0,691. Sedangkan nilai t_{tabel} 1,677 yang didapat dari tabel t-test

dengan rumus $t_{tabel} = \alpha/2:n-k-1(0,05/2:53-3-1=0,025:49)=1,677$.

Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,691 > 1,677$) dan juga nilai $sig < 0,05$ ($0,493 < 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa pergaulan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

3) Variabel Sosial Ekonomi (X3)

Dari hasil uji t di atas, didapatkan nilai t_{hitung} variabel sosial ekonomi yaitu 5,169. Sedangkan nilai t_{tabel} 1,677 yang didapat dari tabel t-test dengan rumus $t_{tabel} = \alpha/2:n-k-1(0,05/2:53-3-1=0,025:49)=1,677$ di mana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen). Dan juga didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,169 > 1,677$) dan juga nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa sosial ekonomi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

c. Hasil Uji F

Uji F adalah tahap untuk pengujian yang dimanfaatkan dalam mendapatkan informasi mengenai ada atau tidaknya pengaruh signifikan variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat.⁶

Dasar perilaku konsumtif yaitu dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dijelaskan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu juga bisa dilihat melalui nilai signifikannya, jika nilai $sig < 0,05$ maka ada pengaruh, tapi jika nilai $sig > 0,05$ maka tidak ada pengaruh. Berikut tabel hasil dari Uji F yang telah dilakukan:

⁶ Duwi Priyatno, *Faham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 67.

Tabel 4.11
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	436.104	3	145.368	56.545	.000 ^a
Residual	125.972	49	2.571		
Total	562.075	52			

a. Predictors: (Constant), sosial ekonomi (X3), pendapatan (X1), pergaulan (X2)

b. Dependent Variable: perilaku konsumtif (Y)

Sumber: Data yang Diolah, 2021

Dari hasil Uji F, didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 56,545. Sedangkan nilai dari F_{tabel} yaitu 2,79 yang didapat dari rumus f tabel dari $df_1 = 3$ (jumlah variabel) dan $df_2 = 53$ $df_2 = 49(n-k-1)$, di mana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen. Selain itu juga didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Dikarenakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($56,545 > 2,79$) dan nilai sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Maka pendapatan, pergaulan, dan sosial ekonomi berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

d. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) diperbantukan dalam mendapatkan informasi mengenai besaran dari dampak yang ditimbulkan variabel bebas secara bersamaan pada variabel terikat. Apabila besaran tersebut semakin mendekati satu maka semakin besar pula dampak ang ditimbulkan. Dengan kata lain, model yang digunakan cocok untuk menjelaskan variabel output. Hasil dari uji koefisien determinasi sebagaimana tabel di bawah:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.776	.762	1.603

Sumber: Data yang Diolah, 2021

Dari hasil uji koefisien determinasi , diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,762 atau 76,2%, yang artinya bahwa variabel independen mempengaruhi sebesar 76,2% terhadap variabel dependen. Yang lainnya 23,8% (100% - 76,2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk ke dalam model.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi

Menurut Sukirno didalam Hendrik pendapatan merupakan hasil kerja (hasil usaha). Pendapatan merupakan hasil kerja keras yang bentuknya bisa berupa uang ataupun materi lainnya, untuk keperluan kebutuhan hidup manusia.⁷ sedangkan pendapatan menurut Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi adalah hasil dari imbal balas yang didapat (feedback) setelah melakukan suatu kegiatan atas jasa yang telah diberikan. Makin tinggi tingkat pendapatan seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat konsumsinya, begitupun sebaliknya semakin kecil pendapatan seseorang semakin kecil pula tingkat konsumsinya⁸.

Dari persamaan regresi dihasilkan nilai koefisien utuk variabel pendapatan sebesar -0,135, yang berarti bahwa setiap turun satu satuan pendapatan, akan menurunkan

⁷ Adi Sutrisno dkk, *Pengantar Sosial Ekonomi dan Budaya Kawasan Perbatasan* (Malang: PT Intrans Selaras,2020) , 144-145. <http://books.google.co.id>

⁸ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 165. <http://books.google.co.id>

perilaku konsumsi sebesar $-0,135$. Variabel pendapatan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $-1,964$ yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar $1,677$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,055$ yang lebih kecil dari $0,05$. Dari kalimat diatas dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.

Hasil penelitian ini yang mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzan Bahamarianto Fajrin Dan Rachma Indrarini dalam penelitian mengemukakan bahwa variabel gaya hidup dan variabel tingkat pendapatan secara parsial dan simultan berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumsi islami pada New Normal.⁹ Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzan Bahamarianto Fajrin Dan Rachma Indrarini, hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurlaila Hanum menunjukkan hasil bahwa pendapatan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa, dan pendapatan juga memberikan pengaruh terhadap tingkat konsumsi mahasiswa UNSAM¹⁰.

Dalam penelitian ini, pada karyawan di Mudah *collection* dalam pendapatannya tidak mempengaruhi dengan perilaku konsumsi sehingga meskipun pendapatan mereka rendah atau tinggi tidak membuat para karyawan untuk berperilaku konsumsi.

2. Pengaruh Pergaulan terhadap Perilaku Konsumsi

Menurut Langevel Pergaulan merupakan ladang yang menjadikan sebagai tempat untuk terjadinya pendidikan. Pergaulan dapat diartikan sebagai kontak langsung antara satu individu dengan yang lain. Dapat dikatakan bahwa pergaulan adalah salah satu sarana untuk mencapai hasil yang baik¹¹.

Dari persamaan regresi dihasilkan nilai koefisien untuk variabel pendapatan sebesar $0,073$, yang berarti bahwa setiap turun satu satuan pendapatan, akan menurunkan

⁹ Fauzan Bahamarianto Fajrin Dan Rachma Indrarini, *Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan*, 165.

¹⁰ Nurlaila Hanum, *Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa*, 115.

¹¹ Puspo Renan Joyo, *Nilai – nilai Hindu dalam Slokantara*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020) 144. <http://books.google.co.id>

perilaku konsumsi sebesar 0,073. Variabel pendapatan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 0,691 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,677 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,493 yang lebih kecil dari 0,05. Dari kalimat diatas dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.

Hasil penelitian ini yang berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitri Wulandari, Hari Wahyono, dan Agung Haryono dalam penelitiannya mengemukakan bahwa perhatian orang tua, Respon Pada Iklan, Intensitas Pergaulan, dan Pemahaman pada mata pelajaran ekonomi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa kelas VII SMPN 2 NGLEGOK Kabupaten Blitar tahun ajar 2015/2016.¹² Sehingga kaitan antara pergaulan dengan perilaku konsumsi ketika seseorang karyawan bergaul dengan sesama karyawan, maka dari pergaulan tersebut akan timbul sebuah perilaku yang mengarah ke perilaku konsumsi kelompok.

Dalam penelitian ini, pada karyawan di Mudah *collection* dalam bergaul tidak mempengaruhi dengan perilaku konsumtif sehingga meskipun pergaulan mereka sama akan tetapi dalam hal perilaku konsumsi mereka tidak membuat satu karyawan dengan yang lain berperilaku konsumtif yang sama .

3. Pengaruh Sosial Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi

Menurut Joseph Schumpeter terbentuknya penggolongan ekonomi dalam masyarakat sebab digunakan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan seseorang dengan lingkungan yang berada pada sekitarnya. Menurut Kotler dan Armstrong berpendapat bahwa sosial ekonomi adalah kondisi masyarakat yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar yang memiliki penilaian sebagai acuan ataupun peran dan status dalam kehidupan bermasyarakat¹³.

¹² Fitri Wulandari, dkk., *Pengaruh perhatian orang tua, respon pada iklan, intensitas pergaulan teman sebaya*, 105..

¹³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif , Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*, (Bandung: Prenada Media,2018)229-231.

Dari persamaan regresi dihasilkan nilai koefisien untuk variabel pendapatan sebesar 0,573, yang berarti bahwa setiap turun satu satuan pendapatan, akan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,573. Variabel pendapatan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,169 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,677 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dari kalimat diatas dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa sosial ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riza Erni, Warneri, dan M.Basri dalam penelitian mengemukakan bahwa pembelajaran ekonomi dan status sosial ekonomi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan Pontianak.¹⁴

Dalam penelitian ini, pada karyawan di Mudah *collection* dalam sosial ekonomi mempengaruhi perilaku konsumsi sehingga yang menjadi penentu mereka untuk hal perilaku konsumsi adalah sosial yang tinggi atau tidak.

4. Pengaruh Pendapatan, Pergaulan dan Sosial Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi

Kegiatan ekonomi adalah mengkonsumsi barang dan jasa. Tetapi, belum tentu semua kegiatan manusia merupakan hal mengenai konsumsi. Konsumsi adalah tindakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam penggunaan barang atau jasa yang hendak dibutuhkan. Misalnya, kebutuhan makan, penggunaan baju, penggunaan jasa pesan antar, tempat potong rambut, dan lain – lain. Barang konsumsi adalah barang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsumsi merupakan kegiatan dari seorang individu untuk menghabiskan atau menggunakan barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan hidupnya¹⁵. Hal ini dipengaruhi oleh pendapatan sendiri, pergaulan yang salah, dan adanya faktor sosial ekonomi dari diri sendiri ataupun dari keluarga.

¹⁴ Riza Erni, dkk., *Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi*, 8.

¹⁵ M. Yusnita, *Pola Perilaku Konsumen Dan Produsen* (Semarang: ALPRIN, 2019), 2.
<http://webadmin.ipusnas.id/ipusnas/publicatilians/books/148934/>

Berdasarkan persamaan regresi untuk hasil konstanta bernilai sebesar **-0.552** yang dapat diartikan, apabila tanpa dipengaruhi variabel pendapatan, pergaulan, dan sosial ekonomi maka perilaku konsumtif karyawan akan menurun sebesar -0,552. Kemudian pada F hitung yang mempunyai nilai sebesar 56,545 yang mana nilai ini lebih besar dari nilai F tabel yang bernilai 2,79 juga taraf signifikansi yang berniali 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dari penjelasan tersebut maka sudah cukup jelas dan menjadikan bukti bahwa untuk pendapatan, pergulan dan sosial ekonomi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada karyawan mudah collection. Selanjutnya untuk hasi dari adjust R Square didapatkan nilai sebesar 0,762 atau 76,2 % yang artinya bahwa variabel independen mempengaruhi sebesar 76,2% terhadap variabel dependen. Yang lainnya 23,8% (100% - 76,2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk ke dalam model.

Dalam perilaku konsumtif tentunya ada banyak hal yang melatar belakangi karyawan untuk terjerumus ke dalam perilaku konsumsi, salah satunya adalah pendapatan, pergaulan dan sosial ekonomi. Karyawan baik itu pada perusahaan besar maupun perusahaan kecil atau dapat disebut dengan UMKM, jika sudah mendapatkan gaji atau pendapatan tentunya ketertarikan untuk membelanjakan uangnya akan semakin tinggi, masalahnya pada karyawan ini tentunya mempunyai teman-teman atau sepergaulan didalam lingkungan kerja, dimana jika teman sepergaulan akan mempengaruhi teman lainya untuk berperilaku atau mengajak melakukan hal yang sama dengannya, missal belanja, liburan, dan lain sebagainya sehingga dari perilaku saling ajak tersebut dapat menyebabkan sebuah perilaku yang dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Hal tersebut juga didukung oleh sosial ekonomi dari dirinya dan keluarganya. Sehingga dari hasil uji f (simultan) dan penjelasan maka dapat dikatakan bahwa Pendapatan, Pergaulan dan Sosial Ekonomi secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumsi.