

**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DAN
GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)**

IAIN PURWOKERTO

Oleh:

Sri Astuti Setianingsih

NIM. 1423203029

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
2018**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Astuti Setianingsih

NIM : 1423203029

Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan ini, saya mengayatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah berlaku.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam lembar pengesahan adalah asli. Apabila terbukti tanda tangan dosen penguji palsu, maka saya bersedia memperbaiki dan mengikuti yudisium satu tahun kemudian

Purwokerto, Agustus 2018

Yang menyatakan,



Sri astuti Setianingsih
NIM. 1423203029



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DAN
GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudari **Sri Astuti Setianingsih NIM. 1423203029** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syaria'h** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **27 Agustus 2018** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 196804031994031004

Sekretaris Sidang/Penguji

Dewi Laela Wilyatin, SE., M.S.I.
NIP. 198511122009122007

Pembimbing/Penguji

Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I
NIP. 197310142003121002

Purwokerto, 1 Agustus 2018

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 196804031994031004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

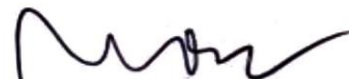
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Sri Astuti Setianingsih NIM. 1423203029 yang berjudul :

**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DAN GAYA
HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, Agustus 2018
Pembimbing



Dr. Ahmad Dahlan, M. S. I.
NIP. 19731014 200312 1 002

**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DAN GAYA
HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto)**

Oleh: Sri Astuti Setianingsih
1423203029

ABSTRAK

Status sosial ekonomi merupakan suatu tingkatan atau kedudukan seseorang di dalam masyarakat yang dilihat dari tingkat pendidikan, tingkat pekerjaan, tingkat penghasilan dan kekayaan serta pengeluarannya. Menurut Kotler gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, opininya. Mahasiswa merupakan remaja yang lebih mudah terpengaruh pola hidup konsumtif atau pola hidup konsumsi yang berlebihan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Sampel sebanyak 93 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang diambil secara *simple random sampling*. Metode analisis data dengan metode Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi (R^2), serta pengujian hipotesis yaitu Uji t dan Uji F.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: (1) ada pengaruh secara parsial variabel status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang dibuktikan dengan $t_{hitung} (2,296) \geq t_{tabel} (1,66)$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,293. (2) ada pengaruh secara parsial variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang dibuktikan dengan $t_{hitung} (6,857) \geq t_{tabel} (1,66)$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,742. (3) ada pengaruh secara simultan variabel status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang dibuktikan dari perolehan nilai $F_{hitung} (43,844) \geq F_{tabel} (3,10)$.

Kata kunci : Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif.

**THE EFFECT OF SOCIO-ECONOMIC STATUS OF PARENTS AND
LIFESTYLE ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS
(Case Study of Students of the Islamic Faculty of Economics and Business
IAIN Purwokerto)**

By: Sri Astuti Setianingsih
1423203029

ABSTRACT

Socio-economic status is a level or position of a person in society which is seen from the level of education, level of employment, level of income and wealth and expenditure. According to Kotler lifestyle is a person's life pattern in the world that is expressed in activities, interests, and opinions. Students are teenagers who are more susceptible to consumption patterns or excessive consumption patterns. The purpose of this study was to determine whether the socioeconomic status of parents and lifestyle have a partial or simultaneous effect on consumptive behavior in the Students of the Islamic Economics and Business Faculty of Purwokerto.

This research is a field research that using descriptive analysis method with a quantitative approach. Data collection techniques in this study use questionnaires, interviews, and documentation. A sample of 93 students of the Faculty of Economics and Islamic Business at IAIN Purwokerto were taken by simple random sampling. Methods of data analysis with the method of Multiple Linear Regression Analysis, Determination Coefficient Test (R^2), and hypothesis testing, namely t test and F test.

The results of the study show that: (1) there is a partial effect of the variable socioeconomic status of parents on the consumptive behavior of the Students of the Faculty of Economics and Islamic Business of IAIN Purwokerto as evidenced by $t_{count} (2,296) > t_{table} (1,66)$ and the regression coefficient of 0.293 . (2) there is a partial effect of lifestyle variables on the consumptive behavior of the Students of the Islamic Economics and Business Faculty of IAIN Purwokerto as evidenced by $t_{count} (6,857) > t_{table} (1,66)$ and the regression coefficient value of 0,742. (3) there is a simultaneous influence of parents' socio-economic status and lifestyle on the consumptive behavior of the Islamic Economics and Business Faculty Students of IAIN Purwokerto as evidenced by the acquisition of $F_{count} (43,844) \geq F_{table} (3,10)$.

Keywords: Socio-Economic Status Of Parents, Lifestyle, and Consumptive Behavior.

MOTTO

”Agar sukses, kemauanmu untuk berhasil harus lebih besar dari ketakutanmu untuk gagal”

(Bill Cosby)

“Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian. Karena kematian memisahkanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari Allah”

(Imam bin Al Qayim)

وَلَا تَيْئَسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ لَا يَيْئَسُ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ
الْكَافِرُونَ {سورة يوسف : 87}

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat alloh. Sesungguhnya yang berputus asa dari rahmat alloh, hanyalah orang-orang yang kafir”

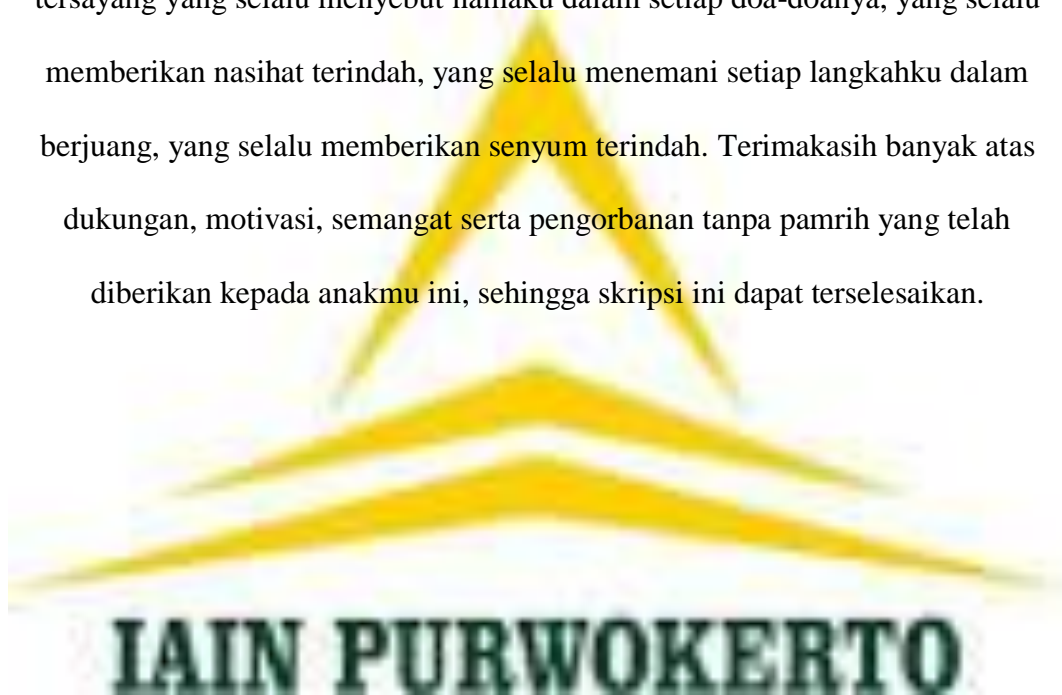
(Q. S. YUSUF : 87)

IAIN PURWOKERTO

PERSEMBAHAN

Mengucapkan dengan segenap hati puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu skripsi ini dapat terselesaikan. Buah karya ini penulis persembahkan untuk :

Teristimewa untuk keluargaku, bapak Janatin, ibu Barti dan adikku Agus Felani tersayang yang selalu menyebut namaku dalam setiap doa-doanya, yang selalu memberikan nasihat terindah, yang selalu menemani setiap langkahku dalam berjuang, yang selalu memberikan senyum terindah. Terimakasih banyak atas dukungan, motivasi, semangat serta pengorbanan tanpa pamrih yang telah diberikan kepada anakmu ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto”.

Lantunan shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW, nabi yang senantiasa kita harapkan Syafa’atnya di hari kiamat nanti.

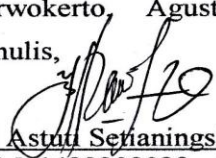
Dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik dan benar tanpa adanya bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Dr. H. Munjin, M. Pd.I., selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
3. Drs. Asdlori, M. Pd.I., selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Dr. H. Supriyanto, Lc., M.S.I., selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
5. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
7. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., sebagai dosen pembimbing skripsi yang penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Segenap dosen dan staf administrasi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

9. Abah Kyai Taufikkurahman, pengasuh pondok pesantren Darul Abror beserta keluarga, serta dewan asatidz Pondok Pesantren Darul Abror Watumas.
10. Bapak Janatin dan Ibu Barti selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan dan pengorbanan hingga skripsi ini terselesaikan.
11. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah A angkatan 2014 yang telah menemani selama masa perkuliahan.
12. Untuk sahabat-sahabatku Aina, Nisem, Ipech, Mikyal, Hantul, Iway, Zakiya, Lina, Anggita, Faizah, yang senantiasa memberikan warna dalam setiap langkah penulis dan berbagi kebersamaan.
13. Untuk seluruh personel kamar An.Nur 4 yang hanya tersisa Mely, Deplon, Lia dan Kurni yang telah memberikan semangat.
14. Teman-teman kos kece yang telah memberikan semangat motivasi dan bantuan.
15. Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah meluangkan waktu dan pendapatnya dalam mengisi kuesioner.
16. Untuk semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Purwokerto, Agustus 2018

Penulis,


Sri Astuti Setianingsih
NIM. 1423203029

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	d'	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em

ن	Nun	N	'en
و	Wawu	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

متعددة	Ditulis	Muta'addiah
عدة	ditulis	'iddah

Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sanadang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

2. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة لفظر	Ditulis	Karamah al-auliya'
-----------	---------	--------------------

Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

Vokal panjang

1	Fathah + alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	Jahiliyah
2	Fathah + ya'	Ditulis	A
	تنس	ditulis	tansa
3	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	Karim
4	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فروض	ditulis	furud

Vokal rangkap

1	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قول	ditulis	qaul

Vokal yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat
تن شكرتم	ditulis	la'in syakartum

3. Kata sandang alif dan lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القرآن	ditulis	<i>Al-qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>Al-qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	ditulis	<i>Asy-syams</i>

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ الفروض	ditulis	Zawi al-furud
أهل السنة	ditulis	Ahl as-sunnah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR SINGKATAN	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	7
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka	12
B. Kerangka Teori	
1. Konsep Status Sosial Ekonomi	
a. Pengertian Status Sosial	17
b. Status Sosial ditinjau dari Aspek Ekonomi	18
c. Aspek Pengukuran Status Sosial Ekonomi	20
2. Konsep Gaya Hidup	

a.	Pengertian Gaya Hidup.....	23
b.	Jenis-jenis Gaya Hidup.....	24
c.	Gaya Hidup AIO.....	26
d.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Konsumen.....	28
3.	Konsep Perilaku Konsumtif	
a.	Pengertian Perilaku Konsumtif.....	32
b.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi perilaku Konsumtif.....	34
c.	Aspek-aspek yang diukur dalam Perilaku Konsumtif.....	34
4.	Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	36
C.	Hipotesis.....	38
D.	Landasan Teologis.....	39
BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Jenis Penelitian	42
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	42
C.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
D.	Variabel dan Indikator Penelitian.....	44
E.	Sumber Data Penelitian	48
F.	Teknik Pengumpulan Data	48
G.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
H.	Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Deskripsi tempat Penelitian	
1.	Sejarah IAIN Purwokerto.....	57
2.	Visi dan Misi IAIN Purwokerto.....	60
3.	Sejarah FEBI IAIN Purwokerto	60
4.	Visi dan Misi FEBI IAIN Purwokerto	64
5.	Tujuan FEBI IAIN Purwokerto.....	65
6.	Lambang dan Bendera FEBI IAIN Purwokerto.....	66

7. Struktur Organisasi FEBI IAIN Purwokerto.....	66
8. Jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto	67
B. Gambaran Umum Responden.....	67
C. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
D. Analisis Kuantitatif.....	73
1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
2. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	74
3. Hasil Uji Hipotesis.....	75
E. Pembahasan Penelitian	79

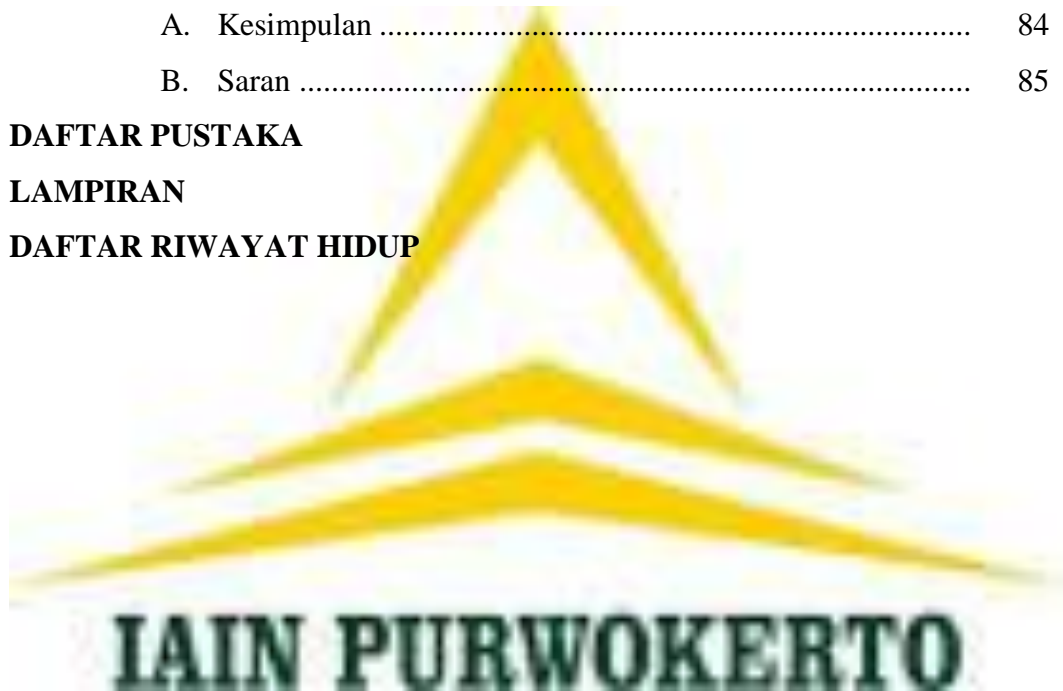
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	84
B. Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu.	15
Tabel 3.1	Kerangka Variabel dan Indikator.	47
Tabel 3.2	Metode Skala dan Pengukuran.	49
Tabel 4.1	Jumlah Mahasiswa FEBI.	67
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	68
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Jurusan.	68
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Instrumen Status Sosial Ekonomi Orang Tua.	69
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Gaya Hidup.	70
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Instrumen Perilaku Konsumtif.	71
Tabel 4.7	Hasil Uji Realibilitas.	73
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.	73
Tabel 4.9	Nilai Koefisien Korelasi.	74
Tabel 4.10	Hasil Koefisien Korelasi.	75
Tabel 4.11	Hasil Uji t.	76
Tabel 4.12	Hasil Uji F.	78



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian. 37
Gambar 4.1 Lambang dan Bendera FEBI. 66



DAFTAR SINGKATAN

- IAIN (Institut Agama Islam Negeri)
STAIN (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri)
SP (Sekolah Persiapan)
FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri)
ES (Ekonomi Syariah)
MPS (Manajemen Perbankan Syariah)
PS (Perbankan syariah)
MZW (Manajemen Zakat Wakaf)



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Lembar Hasil Pengisian Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Perolehan Skor
- Lampiran 4 Uji Validitas
- Lampiran 5 Uji Relibilitas
- Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 Hasil Wawancara
- Lampiran 8 Hasil Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 9 Surat-surat Penelitian
 - a. Surat Permohonan Riset Individual
 - b. Surat Rekomendasi Seminar Proposal Skripsi
 - c. Surat Bimbingan Skripsi
 - d. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal Skripsi
 - e. Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
 - f. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
 - g. Blangko Bimbingan Skripsi
 - h. Surat Keterangan Wakaf Buku Perpustakaan
 - i. Surat Keterangan Lulus Mata Kuliah
- Lampiran 10 Sertifikat-sertifikat
 - a. Sertifikat OPAK
 - b. Sertifikat BTA PPI
 - c. Sertifikat Aplikasi Komputer
 - d. Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
 - e. Sertifikat pengembangan Bahasa Inggris
 - f. Sertifikat KKN
 - g. Sertifikat PPL
 - h. Sertifikat Kegiatan
- Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan naluri setiap manusia. Sejak kecil manusia sudah menyatakan keinginan untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara. Semakin besar dan dewasanya seseorang, keinginan dan kebutuhannya akan terus meningkat. Dalam memenuhi kebutuhannya manusia dihadapkan pada masalah ekonomi yang berlaku sebagai akibat adanya ketidakseimbangan antara kebutuhan manusia yang tidak terbatas dengan alat pemuas kebutuhan yang jumlahnya terbatas.

Permasalahan ekonomi tersebut merupakan penghalang dalam usaha manusia dalam mencapai tujuan. Setiap manusia pasti ingin hidup makmur, sejahtera, serta mampu menghadapi masalah jangka pendek seperti konsumsi sehari-hari serta pemenuhan kebutuhan lainnya.

Juliana mengutip dari Ritonga dkk bahwa dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah kegiatan mengurangi atau menghabiskan nilai guna atau manfaat suatu barang dan jasa. Sedangkan ilmu ekonomi sendiri menurut Januar Kustiandi, adalah “ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam memilih dan menciptakan kemakmuran.”

Perilaku konsumsi adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan suatu barang atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan, hal ini sesuai dengan pernyataan Engel, James F, Blackweel, Roger, Miniard, Paul W yang dikutip oleh Juliana.¹

Salah satu teori motivasi kebutuhan manusia adalah teori hirarki kebutuhan yang diciptakan oleh Abraham Maslow. Dalam teorinya mengatakan bahwa manusia memiliki lima tingkat kebutuhan mulai dari paling bawah sampai paling tinggi. Manusia terlebih dahulu akan memenuhi kebutuhan yang paling bawah sebelum berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang paling tinggi. Konsumen yang telah bisa memenuhi kebutuhan dasarnya,

¹ Juliana, “Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan”, (Pontianak: Universitas Tanjungpura, 2013).

maka kebutuhan lainnya yang lebih tinggi biasanya muncul, dan begitulah seterusnya. Lima kebutuhan tersebut adalah sebagai berikut :*Physiological needs, Safety needs, Social needs, Esteem needs, dan Self actualization.*²

Pada prinsipnya seorang konsumen dalam melakukan tindakan konsumsi selalu bersikap rasional. Hal ini dikarenakan asumsi klasik bahwa manusia adalah *homoeconomicus*, artinya manusia sebagai makhluk ekonomi yang rasional. Menurut Robbins dan Judge yang dikutip oleh Endah, bahwa rasional adalah membuat pilihan- pilihan yang konsisten dan memaksimalkan nilai dalam batasan-batasan tertentu.

Perilaku konsumen yang rasional sebelum membeli dan mengkonsumsi barang atau jasa akan melakukan perhitungan secara matang dan memaksimalkan nilai gunanya.³ Namun di era globalisasi seperti sekarang ini dengan terjadinya perubahan seperti perkembangan teknologi, gaya hidup, dan ekonomi, telah mempengaruhi cara berfikir masyarakat yang semula konsumen memiliki prinsip rasional dalam melakukan konsumsi sekarang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan seperti berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif sendiri merupakan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa secara berlebihan, yang mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan.⁴ Memang tidak semua masyarakat Indonesia memiliki perilaku konsumtif tetapi di kawasan perkotaan rata-rata masyarakatnya berperilaku demikian. Kebanyakan untuk pelaku konsumtif ini adalah golongan usia dewasa muda dan remaja. Golongan ini merupakan yang paling cepat menyerap budaya konsumtif. Karena remaja merupakan konsumen yang paling menginginkan berbagai mode pakaian, kendaraan, hiburan, dan sebagainya. Keinginan remaja tersebut disebabkan oleh majunya industri dan teknologi yang hasilnya sampai ke seluruh pelosok negeri. Anak dan remaja menuntut supaya orangtuanya dapat

² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 26-29.

³ Endah Murniatiningsih, "Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Smp Negeri Di Surabaya Barat", *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 5 No. 1.

⁴"Konsumsi, Konsumen, Konsumtif, dan Konsumerisme dalam Perilaku Konsumen", <https://sitinovianti.wordpress.com>, diakses 2 Februari 2018.

membeli barang-barang mewah seperti handphone, sepeda motor, dan bahkan mobil. Bila orang tua tidak mampu memenuhi keinginannya, maka remaja merasa rendah diri.⁵ Remaja disini penulis melihat dari beberapa mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dimana beberapa mahasiswi berperilaku mengarah ke kehidupan konsumtif.

IAIN Purwokerto sendiri secara geografis terletak tidak jauh dari pusat perkotaan yang memungkinkan bagi mahasiswanya untuk memiliki kemudahan dalam berbelanja karena banyaknya tempat perbelanjaan yang dekat dengan kampus. Salah satu tempat perbelanjaan tersebut adalah Rita Super Mall yang belum lama ini dibangun. Dengan jarak yang tidak terlalu jauh dengan kampus IAIN Purwokerto, Rita Super Mall merupakan tempat yang sering dikunjungi mahasiswa IAIN Purwokerto untuk sedikit menyegarkan pikiran mereka dari kejenuhan.⁶ Selain itu kemudahan cara mengetahui info mendapatkan barang produksi juga bisa dilihat dari penggunaan teknologi, “gaya hidup pada warga kota yang kaya akan ditunjukkan dengan kehidupan yang selalu menggunakan ITC (*Information and Communication Technology*)”. Sehingga memudahkan mereka dalam memperoleh informasi, dan memperoleh layanan yang lebih baik, misalnya seperti belanja dengan menggunakan layanan elektronik.

Konsumsi dalam sistem ekonomi Islam menganut paham keseimbangan dalam berbagai aspek. Konsumsi yang dijalankan oleh seorang muslim tidak boleh mengorbankan kemaslahatan individu dan masyarakat. Larangan atas sikap *tabzir* dan *israf* bukan berarti mengajak seorang muslim untuk bersikap bakhil dan kikir, akan tetapi mengajak kepada konsep keseimbangan, karena sebaik-baiknya perkara adalah pertengahan, sebagaimana dalam QS. Al-Isra': 29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu

⁵Sofyan S. Willis, *Remaja dan Masalahnya Mengupas Berbagai Bentuk Kenakalan Remaja Seperti Narkoba, Free Sex dan Pemecahannya*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 102.

⁶Wawancara yang dilakukan pada hari Rabu, 4 April 2018.

dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.”⁷

Prinsip Keseimbangan pengeluaran yang jika kita jalankan sepenuhnya dapat menghapus kerusakan-kerusakan dalam ekonomi yaitu pemborosan dan kekikiran yang biasa ditemukan dalam sistem kapitalis modern. Setiap orang baik kaya maupun miskin dianjurkan untuk mengeluarkan harta sesuai dengan kemampuannya. Orang kaya dapat mempertahankan standar hidupnya secara layak. Meskipun dengan kondisi penghasilan yang berdasarkan tanggung jawab ekonomi masing-masing baik untuk sebuah keluarga kecil atau keluarga besar, sepanjang pengeluaran tidak boros dan tidak juga terlalu kikir tapi menyesuaikan dengan pendapat para konsumen, hal tersebut dibolehkan dan halal.⁸

Perilaku konsumsi dapat diartikan sebagai tindakan menggunakan barang dan jasa, dimana dalam memperolehnya harus disisihkan dari penghasilan yang diperoleh seseorang. Hal ini berarti menunjukkan bahwa status sosial ekonomi mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Status sosial menurut Ujang Sumarwan disamakan dengan kelas sosial, yaitu pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda.⁹ Status sosial menurut Soerjono Soekanto adalah tempat seseorang secara umum dalam masyarakat sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya.¹⁰

Menurut Gerungan yang dikutip oleh Winda Aprilia dkk bahwa keadaan sosial ekonomi tentulah mempunyai peranan terhadap perkembangan anak-anak, dengan adanya perekonomian yang cukup, lingkungan material yang dihadapi anak dalam keluarganya itu lebih luas, ia mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan bermacam-macam kecakapan yang tidak dapat ia kembangkan apabila tidak ada alat-alatnya. Winda dkk juga menambahkan yang mengutip Sumarwan bahwa pendapatan

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*, (Jakarta: Mikraj & Wali, 2013).

⁸Novi Indriyani Sitepu, “Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia”, *Jurnal Perspektif Ekonomi Islam Darussalam*, Vol. 2, No. 1, Maret 2016, hlm. 97-98.

⁹Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 219.

¹⁰Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Radar Jaya Offset, 1982), hlm. 233.

akan menentukan daya beli seseorang, yang selanjutnya akan mempengaruhi pola konsumsinya. Seseorang yang berasal dari kalangan sosial ekonomi tinggi biasanya didukung oleh kondisi materi yang cukup, mereka mendapatkan uang saku melebihi dari yang mereka perlukan. Hal ini akan membuat mereka memiliki daya beli yang cukup tinggi dan cukup leluasa untuk membeli apa yang mereka inginkan sehingga dapat memancing mereka untuk melakukan tindakan konsumsi yang berlebihan atau tidak rasional.¹¹

Dari penjelasan di atas dapatlah disimpulkan bahwa seorang anak yang terlahir dari orang tua yang memiliki status sosial ekonomi yang tinggi senantiasa bersikap konsumtif dan cenderung mencari kelompok yang sama. “Status sosial ekonomi adalah perpaduan antara status sosial dengan keadaan ekonomi yang ada di masyarakat. Di masyarakat adanya pengelompokan anggota masyarakat ke dalam kelompok-kelompok (kelas sosial) merupakan hal yang biasa”.¹²

Dengan adanya pengaruh dari status orang tua, dimana mahasiswa mendapatkan uang saku dari orang tua yaitu bapak atau ibu yang mempengaruhi perilaku pembelian. “Keluarga adalah lingkungan mikro yang memiliki pengaruh besar kepada konsumen, dimana anggota keluarga akan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan jasa, dan masing-masing anggota keluarga memiliki peran dalam pengambilan keputusan”.¹³ Dari cara mempertahankan status sosial inilah seseorang bisa membuat gaya hidupnya dengan cara yang konsumtif.

Sekarang ini adalah era di mana orang membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya namun karena gaya hidup. Gaya Hidup sendiri menurut Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam

¹¹ Winda Aprilia, dkk, “Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Keluarga dan Economic Literacy Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa”, *Jurnal Pendidikan Humaniora*, Vol. 3 No. 1 Maret 2015.

¹² Bintana Alfiati dan Riza Yonisa Kurniawan, “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS MAN Sidoarjo”, (Surabaya: Universitas Negeri Surabaya).

¹³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 265-266.

aktivitas, minat, dan opininya.¹⁴ Gaya hidup diartikan secara sederhana sebagaimana seseorang hidup. Gaya hidup juga dipergunakan untuk menguraikan tiga tingkat agregasi orang berbeda: individu, sekelompok kecil orang yang berinteraksi, dan kelompok orang yang lebih besar.

Dalam psikologi gaya hidup umumnya dipahami sebagai tata cara atau kebiasaan pribadi yang unik dari individu. Pendekatan psikologi yang mengkaji manusia sebagai individu menempatkan gaya hidup seolah-olah hanya sebagai gejala individual, mengabaikan pengaruh sosial dan budaya yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan individu. Gaya hidup dipahami sebagai adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Gaya hidup dipahami sebagai tata cara hidup yang mencerminkan sikap-sikap dan nilai dari seseorang.

Sebuah gaya hidup bisa menjadi populer dan diikuti oleh banyak orang. Sifat unik dari gaya hidup tak lagi dipertahankan. Orang tidak segan-segan mengikuti gaya hidup yang dianggap baik oleh banyak orang. Beberapa kritikus menilai gejala penularan gaya hidup sebagai keberhasilan kapitalisme memengaruhi para konsumennya untuk menggunakan produk-produk mahal demi keuntungan para kapitalisme sebagai produsen. Seiring dengan perkembangan dengan gaya hidup itu, kajian tentangnya tak lagi menggunakan sudut pandang psikologi individual. Kajian tentang gaya hidup perlu melibatkan sudut pandang ilmu sosial yang menempatkan manusia sebagai individu dalam masyarakat dan dipengaruhi oleh kehidupan bersama. Pengertian gaya hidup pun bergeser menjadi tata cara hidup yang mencerminkan sikap-sikap, nilai dan norma.

Dalam gaya hidup seseorang atau kelompok bisa dilihat dari cara pergaulannya seperti pengamatan penulis dari pengamatan awal ini melihat bagaimana mahasiswa dalam memanfaatkan waktu senggang untuk bergaul dengan teman satu kelompoknya, “waktu senggang di era masyarakat post-moderen sering kali berkaitan dengan kegiatan rekreasi, di mana orang pergi

¹⁴Amstrong, Gary & Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), hlm. 192.

ke luar dari diri, menuju perangkat- perangkat *eksterior* yaitu seperti tempat-tempat wisata, *mall*, *klub*, negara asing, dan seterusnya”.¹⁵

Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa mahasiswa FEBI yang menyatakan bahwa kegiatan yang sering mereka lakukan untuk menghabiskan waktu senggang dan menyegarkan pikiran mereka antara lain belanja kebutuhan di *mall*, makan makanan yang enak, menonton film di bioskop, menyanyi di rumah karaoke, serta jalan-jalan ke tempat wisata, dan itu semua mereka lakukan dari uang saku yang diberikan oleh orang tuanya.

Dari latar belakang di atas, peneliti sangat tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto).**

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap judul di atas dan untuk memperoleh gambaran yang jelas serta dapat mempermudah pengertiannya, berikut ini penulis sajikan penegasan istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian:

1. Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Status sosial menurut Ujang Sumarwan disamakan dengan kelas sosial, yaitu pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda.¹⁶ Menurut Sangaji yang dikutip oleh Rika Pristian menyatakan bahwa status sosial ekonomi adalah gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial dan ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan lain sebagainya. Rika Pristian juga menambahkan menurut Dian Eka bahwa status sosial ekonomi merupakan ukuran untuk menentukan posisi

¹⁵ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat post- Modernisme*, (Jakarta, Prenadamedia Group, 2014), hlm. 263.

¹⁶Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 219

seseorang yaitu berdasarkan pekerjaan, penghasilan, dan keanggotannya dalam perkumpulan sosial.¹⁷

2. Gaya Hidup

Gaya Hidup menurut Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.¹⁸ Gaya hidup dipahami sebagai tata cara hidup yang mencerminkan sikap-sikap dan nilai dari seseorang. Gaya hidup dipahami sebagai adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain.¹⁹

3. Perilaku Konsumtif

Konsumtif adalah perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa secara berlebihan, yang mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan.²⁰ Rika Pristian dalam penelitiannya mengutip Djamaludin Ancok dan Ningrum yang menyatakan bahwa, perilaku konsumtif adalah kecenderungan masyarakat untuk melakukan kegiatan konsumsi yang tiada batas.²¹ Keinginan gonta-ganti produk adalah satu dorongan dalam diri manusia untuk menunjukkan bahwa dirinya berbeda dan lebih dibanding dengan orang lain.²²

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

¹⁷ Rika Pristian Fitri Astuti, "Pengaruh Status Sosial Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Pendidikan IKIP PGRI Bojonegoro", *Jurnal Edutama*, Vol. 3, No. 2, Juli 2016.

¹⁸Amstrong, Gary & Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), hlm. 192.

¹⁹Donny Gahral Adian, dkk, *Resistensi Gaya Hidup Teori dan Realitas*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2015), hlm. 36.

²⁰"Konsumsi, Konsumen, Konsumtif, dan Konsumerisme dalam Perilaku Konsumen", <https://sitinovianti.wordpress.com>, diakses 2 Februari 2018.

²¹ Rika Pristian Fitri Astuti, "Pengaruh Status Sosial Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Pendidikan IKIP PGRI Bojonegoro", *Jurnal Edutama*, Vol. 3, No. 2, Juli 2016.

²²Djamaludin Ancok, *Nuansa Psikologi Pembangunan*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1995), hlm. 60.

1. Apakah status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
3. Apakah status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
- b. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
- c. Untuk mengetahui apakah status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

Dapat menjadi hal untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup, dan diharapkan dapat menjadi referensi serta pengembangan teori pada penelitian selanjutnya mengenai pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah menjadi bahan masukan bagi mahasiswa dalam memahami perilaku konsumtif, sehingga menjadi acuan dalam hidup untuk dapat

mengatur keuangan dengan baik saat masih menjadi mahasiswa maupun saat sudah menjadi orang tua kelak.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam penyusunan dan memahami terhadap penelitian ini penulis menguraikan sistematika penulisan menjadi beberapa bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, memuat uraian tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian, serta sistematika penelitian.

Bab II landasan teori, memuat tentang teori yang melandasi penelitian sebagai acuan dalam melakukan analisis terhadap permasalahan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III metode penelitian, memuat deskripsi tentang variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

Bab IV penelitian dan pembahasan, memuat uraian tentang gambaran umum tentang objek penelitian, deskripsi data penelitian (populasi dan sampel perusahaan), analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V penutup, memuat tentang uraian kesimpulan, saran dan keterbatasan dalam penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Sebelum penulis membahas lebih lanjut mengenai hubungan status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif, penulis akan menelusuri penelitian-penelitian yang berhubungan dengan variabel-variabel tersebut, beberapa penelitian tersebut antara lain:

Luthfiyatul Auliya dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)” menunjukkan bahwa variabel bebas status sosial ekonomi orang tua (X) berpengaruh secara signifikan positif terhadap tingkat konsumtif (Y) dengan ditunjukkan oleh perolehan F hitung yang lebih besar dari pada F tabel dengan menggunakan uji F. Artinya semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswi.²³

Rika Pristian Fitri Astuti dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi, dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro” menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan secara simultan pengaruh variabel bebas yaitu status sosial ekonomi orang tua (X_1), literasi ekonomi (X_2), dan *life style* (X_3) terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumsi (Y), pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 3589,230 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu status sosial ekonomi orang tua (X_1), literasi ekonomi (X_2), dan *life style* (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumsi (Y).²⁴

²³Luthfiyatul Auliya, “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)”, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2017).

²⁴Rika Pristian Fitri Astuti, “Pengaruh Status Sosial Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Pendidikan IKIP PGRI Bojonegoro”, *Jurnal Edutama*, Vol. 3, No. 2, Juli 2016.

Hasnira dalam skripsinya yang berjudul “*Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*” menunjukkan bahwa variabel bebas pendapatan (X_1) dan gaya hidup (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap pola konsumsi (Y) dengan ditunjukkan oleh perolehan F hitung yang lebih besar dari F tabel atau $54,187 > 3,090$ dengan tingkat signifikansi 5%. Serta dengan berdasarkan uji t menunjukkan variabel pendapatan (X_1) dan gaya hidup (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat Wahdiyah Makassar dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yakni 1,984.²⁵

Nurul Wahidah dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN*”, menunjukkan bahwa variabel bebas tingkat konsumtif (X) berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup (Y) dengan ditunjukkan oleh perolehan F hitung yang lebih besar dari F tabel dengan menggunakan uji F . Koefisien Determinasi pada penelitian ini menunjukkan kontribusi pengaruh variabel bebas (X) yaitu perilaku konsumtif terhadap variabel terikat (Y) yaitu gaya hidup sebesar 51,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti kepribadian, konformitas, dan teman sebaya.²⁶

Bintana Alfiati dan Riza Yonisa Kurniawan dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS MAN Sidoarjo*”, menunjukkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua (X_1) dan kelompok teman sebaya (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI IPS MAN Sidoarjo sebesar 15,24% sementara 84,76% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian tersebut.²⁷

Hartiyani Sadu Bundati, Mintasih & Muhammad Sabandi dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi*

²⁵ Hasnira, “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar”, (Makassar: UIN Alauddin, 2017).

²⁶ Nurul Wahidah, “Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN”, (Pontianak: Universitas Tanjungpura, 2013).

²⁷ Bintana Alfiati dan Riza Yonisa Kurniawan, “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS MAN Sidoarjo”, (Surabaya: Universitas Negeri Surabaya).

FKIP UNS”, hasil pengujiannya menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial (X_1) dan gaya hidup (X_2) bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil ini didukung dengan perolehan nilai koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian tersebut sebesar 0,095, yang artinya kedua variabel independen yaitu lingkungan sosial dan gaya hidup memberikan pengaruh 9,5% terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.²⁸

Yahya Reka Wirawan dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi dan Perilaku Konsumsi Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Jurusan IPS di SMA Negeri Kota Jombang Tahun Ajaran 2013/2014)*”. Berdasarkan hasil pengujiannya menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh signifikan terhadap prestasi belajar ekonomi. Status sosial ekonomi orang tua juga berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa. Bukti empiris mengindikasikan bahwa semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua, maka semakin tinggi pula tingkat rasionalitas siswa dalam berkonsumsi.²⁹

Tabel 2.1
Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Luthfiyatul Auliya, “ <i>Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)</i> ”	<ul style="list-style-type: none"> • Penambahan variabel independen yaitu gaya hidup 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu status sosial ekonomi orang tua

²⁸Hartiyani Sadu Bundati, Mintasih & Muhammad Sabandi, “Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS”, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret).

²⁹Yahya Reka Wirawan, “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi dan Perilaku Konsumsi Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Jurusan IPS di SMA Negeri Kota Jombang Tahun Ajaran 2013/2014)”, *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 3. No. 1, 2015.

2	Rika Pristian Fitri Astuti, <i>“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro”</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya variabel independen yaitu literasi ekonomi • Tempat penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup (<i>life style</i>)
3	Hasnira, <i>“Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar”</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian • Variabel independen yaitu status sosial ekonomi orang tua 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu gaya hidup
4	Nurul Wahidah, <i>“Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN”</i> ,	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian • Variabel independen status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup • Variabel dependen perilaku 	<ul style="list-style-type: none"> • Membahas tentang gaya hidup dan perilaku konsumtif

		konsumtif	
5	Bintana Alfiati dan Riza Yonisa Kurniawan, <i>“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS MAN Sidoarjo”</i> ,	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian • Variabel independen yaitu gaya hidup 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu status sosial ekonomi orang tua
6	Hartiyani Sadu Bundati, Mintasih & Muhammad Sabandi, <i>“Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS”</i> ,	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian • Variabel independen yaitu status sosial ekonomi orang tua 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu gaya hidup
7	Yahya Reka Wirawan, <i>“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi dan Perilaku Konsumsi Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Jurusan IPS di SMA Negeri Kota Jombang Tahun Ajaran 2013/2014)”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian • Variabel independen yaitu gaya hidup 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu status sosial ekonomi orang tua

B. Kerangka Teori

1. Konsep Status Sosial Ekonomi
 - a. Pengertian Status Sosial

Status sosial menurut Ujang Sumarwan disamakan dengan kelas sosial, yaitu pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda.³⁰ Status sosial menurut Soerjono Soekanto adalah tempat seseorang secara umum dalam masyarakat sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulan, prestasinya, dan hak-hak serta kewajibannya dalam hubungannya dengan sumber daya.³¹

Menurut Sangaji yang dikutip oleh Rika Pristian, mengatakan bahwa status sosial ekonomi adalah gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial dan ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan lain sebagainya. Kemudian menurut Dian Eka yang dikutip oleh Rika Pristian bahwa status sosial ekonomi adalah ukuran untuk menentukan posisi seseorang yaitu berdasarkan pekerjaan, penghasilan, dan keanggotaannya dalam perkumpulan seseorang.³²

Menurut Coleman dan Cressey yang dikutip oleh Yahya Reka Wirawan tingkatan status sosial ekonomi terdiri dari status sosial ekonomi atas dan status sosial ekonomi bawah. Status sosial ekonomi atas adalah status sosial ekonomi atau kedudukan seseorang di masyarakat yang diperoleh berdasarkan penggolongan menurut kekayaan, di mana harta yang dimiliki di atas rata-rata masyarakat pada umumnya dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan baik. Sedangkan status sosial ekonomi bawah adalah kedudukan seseorang di masyarakat yang diperoleh berdasarkan penggolongan menurut kekayaan, di mana harta yang dimiliki termasuk kurang jika

³⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 219

³¹ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Radar Jaya Offset, 1982), hlm. 233.

³² Rika Pristian Fitri Astuti, "Pengaruh Status Sosial Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Pendidikan IKIP PGRI Bojonegoro", *Jurnal Edutama*, Vol. 3, No. 2, Juli 2016.

dibandingkan dengan rata-rata masyarakat pada umumnya serta tidak mampu dalam memenuhi kehidupan sehari-hari.³³

Adapun cara seseorang memperoleh status sosial didapatkan dari dua cara yaitu *Ascribed Status* dan *Achieved Status*. *Ascribed Status* merupakan status yang diperoleh seseorang secara ilmiah, artinya posisi yang melekat dalam diri seseorang diperoleh tanpa melalui serangkaian usaha. Biasanya status ini bersifat natural tidak membutuhkan usaha untuk mendapatkannya karena tuhan sudah mengaturnya. *Achieved Status* merupakan status yang diperoleh seseorang melalui berbagai usaha.³⁴

b. Status Sosial ditinjau dari Aspek Ekonomi

Menurut Gilbert dan Kahl yang dikutip oleh Ujang Sumarwan dalam pengukuran aspek-aspek pada status sosial ekonomi orang tua terdapat tiga aspek acuan yang harus diketahui yaitu status pekerjaan, pendapatan, dan harta benda.³⁵ Sedangkan menurut Dewi Aprilia dan Hartoyo dalam mengukur status sosial seseorang di masyarakat, biasanya menggunakan penggolongan-penggolongan tertentu berdasarkan ukuran kekayaan, kekuasaan, kehormatan, ilmu pengetahuan, ketokohan, dan popularitas.³⁶ Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan beberapa aspek untuk mengetahui tingkat pengukuran status sosial ekonomi orang tua yaitu:

1) Pekerjaan

Status sosial seseorang akan ditentukan oleh keluarga di mana ia tinggal. Pekerjaan yang dilakukan oleh orang tua, baik ayah maupun ibu akan menentukan kelas sosial.³⁷

³³ Yahya Reka Wirawan, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi dan Perilaku Konsumsi Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Jurusan IPS di SMA Negeri Kota Jombang Tahun Ajaran 2013/2014)", *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 3. No. 1, 2015.

³⁴ Elly M. Setiadi, Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 430.

³⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 220.

³⁶ Dewi Aprilia & Hartoyo, "Analisis Sosiologi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung", *Jurnal UNILA*, Vol. 15, No. 1, 2014.

³⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 220.

2) Pendidikan

Pendidikan adalah suatu proses yang berkesinambungan yang dilakukan dalam rangka meningkatkan taraf hidupnya, baik secara formal, informal, maupun non formal. Tingkat pendidikan adalah suatu proses yang berkesinambungan yang dilakukan manusia yang dilakukan dalam rangka meningkatkan taraf hidupnya.

3) Pendapatan

Pendapatan adalah materi yang diterima oleh seseorang atau lembaga tertentu karena telah memberikan jasa atau melakukan suatu pekerjaan yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan dapat dijadikan sebagai jaminan kelangsungan hidup layak. Seseorang yang memiliki pendapatan yang tinggi pada umumnya akan membelanjakan pendapatannya tersebut secara berlebih-lebihan, dibandingkan dengan orang yang memiliki pendapatan lebih rendah karena lebih mementingkan kebutuhan mereka.

4) Kekuasaan/jabatan

Kekuasaan/jabatan adalah suatu kedudukan seseorang dalam memosisikan dirinya didalam pekerjaan dimana seseorang yang mempunyai kekuasaan akan leluasa untuk menyuruh bawahannya sehingga akan mempengaruhi kekayaannya.³⁸

c. Aspek Pengukuran Status Sosial Ekonomi

Untuk mengetahui seberapa besar status ekonomi orang tua mahasiswa, peneliti menggunakan ukuran dari pandangan para ahli yang menerangkan landasan teori mengenai status sosial yang ditinjau dari ekonomi sehingga dapat menyimpulkan beberapa aspek untuk mengetahui tingkat pengukuran status sosial ekonomi orang tua, yaitu:

1) Pendidikan

³⁸ Antoni Widodo, "Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi kasus mahasiswi P. IPS UIN Syarif Hidayatullah)", (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015).

Pendidikan akan menentukan tingkat status sosial keluarga karena pendidikan anggota keluarga akan berkorelasi dengan pendidikan anggota keluarga. “Pendidikan dan pekerjaan merupakan dua karakteristik konsumen yang saling berhubungan. Pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan yang dilakukan oleh seorang konsumen”.³⁹ Beberapa profesi seperti guru, dokter, akuntan, pengacara, dan jaksa membutuhkan syarat pendidikan formal agar bisa bekerja sebagai profesi tersebut.

Pekerjaan atau profesi pada anggota keluarga bisa diamati dari tingkat pendidikan yang dicapainya, untuk mengukur tingkat pendidikan Badan Pusat Statistik (BPS) membagi dalam beberapa kategori:⁴⁰

- a) SD ke bawah
 - b) Sekolah Menengah Pertama
 - c) Sekolah Menengah Atas
 - d) Sekolah Menengah Kejuruan
 - e) Diploma I/II/III dan Universitas
- 2) Pekerjaan

Untuk mengamati jenis-jenis pekerjaan Danang Sunyoto yang dikutip oleh Luthfiyatul Auliya membagi empat kategori yaitu PNS, Pegawai Swasta, Wirausaha, dan Mahasiswa atau pelajar.⁴¹ Sedangkan untuk membagi tingkatan pekerjaan, penulis membaginya menjadi lima kategori, yaitu:

- a) Pejabat Pemerintah
- b) PNS
- c) Pedagang
- d) Pegawai Swasta

³⁹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 224.

⁴⁰ Antoni Widodo, “Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi kasus mahasiswi P. IPS UIN Syarif Hidayatullah)”, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015).

⁴¹ Luthfiyatul Auliya, “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)”, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2017).

- e) Pegawai Serabutan
- 3) Pendapatan

Pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seorang konsumen dari pekerjaan yang dilakukannya untuk mencari nafkah. Dengan perolehan pendapatan itulah, anggota keluarga bisa membiayai kegiatan konsumsinya.⁴² Menurut Mulyanto Sumardi dan Hans-Dieter yang dikutip oleh Antoni widodo pendapatan diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

- a) Pendapatan berupa uang, yaitu segala penghasilan berupa uang yang sifatnya reguler dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa atau kontra prestasi.
- b) Pendapatan berupa barang, yaitu segala penghasilan yang sifatnya reguler dan biasa akan tetapi tidak selalu berbentuk jasa dan diterimakan dalam bentuk barang atau jasa.⁴³

Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli dari seseorang, karena daya beli akan menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang bisa dibeli dan dikonsumsi oleh seseorang.⁴⁴ Dalam mengatagorikan pendapatan, peneliti mengacu pada SK Gubernur Jawa Tengah bahwa pendapatan atau IMR per bulan adalah Rp. 1.461.400,00.

4) Tingkat Konsumsi

Setiap individu atau kelompok pasti mengkonsumsi segala sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya baik kebutuhan primer, sekunder, dan tersier dalam menentukan konsumsi masing-masing individu berbeda satu sama lainnya. Menurut Ade Citra F dan Dewi Ayu H dalam penelitiannya keluarga merupakan unit terkecil dalam masyarakat, dan orangtua berfungsi sebagai unit sosial ekonomi yang secara material memenuhi kebutuhan-kebutuhan

⁴² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 224.

⁴³ Antoni Widodo, "Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi kasus mahasiswi P. IPS UIN Syarif Hidayatullah)", (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015).

⁴⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 224.

anggota keluarganya, apabila orangtua tidak bisa menjalankan fungsi tersebut secara bijak, maka akan menimbulkan dampak buruk pada perilaku anak.⁴⁵

Konsumsi menurut Ujang Sumarwan diartikan sebagai penggunaan produk, yang dibagi menjadi dua yaitu barang tahan lama dan barang tidak tahan lama. Barang tahan lama adalah barang yang bisa digunakan berkali-kali dan usianya bisa bertahan hingga bertahun-tahun. Barang tidak tahan lama adalah barang yang langsung habis setelah dipakai.⁴⁶ Untuk mengukur tingkat konsumsi dalam penelitian ini menggunakan ukuran pengeluaran rumah tangga karena pengukuran tingkat konsumsi bisa dilihat dari pengeluaran keluarga, menurut Ujang Sumarwan sebagai alat pengukuran besarnya tingkat konsumsi.⁴⁷

5) Kepemilikan Harta Benda

Pendapatan seseorang akan mempengaruhi pembelian seseorang dan akan mempengaruhi pola konsumsi. Semakin tinggi pendapatan maka akan semakin besar peluangnya untuk masuk ke dalam kategori status sosial ekonomi atas.

Menurut Ujang Sumarwan pendapatan yang tinggi biasanya diikuti dengan kepemilikan harta benda yang banyak. Misalnya di pedesaan, maka pemilikan sawah, kebun, ladang, ternak yang banyak, dan rumah yang besar merupakan simbol pemilikan dari status sosial ekonomi atas dalam masyarakat tersebut. Sedangkan di perkotaan, pemilikan rumah yang besar, kendaraan, tanah, perhiasan, surat-surat berharga, benda-benda seni adalah simbol pemilikan dari status sosial ekonomi atas. Di mana ia tinggal akan menentukan kelas sosial seseorang.⁴⁸

⁴⁵ Ade Citra F dan Dewi Ayu H, "Pengaruh Status Sosial ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Anak (Studi kasus di SMA Negeri 4 Bandar Lampung)", *Jurnal Sosiologi*, Vol. 1, No. 4.

⁴⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 139.

⁴⁷ Ujang Sumarwan *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 225.

⁴⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 220.

2. Konsep Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya Hidup menurut menurut Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.⁴⁹ Gaya hidup menurut Donni Juni Priansa yang mengutip ahli psikologi bernama Alfred Adler menyatakan bahwa gaya hidup merupakan sekumpulan perilaku yang mempunyai arti bagi setiap individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk di dalam hubungan sosial, konsumsi barang, *entertainment*, dan cara berbusana.⁵⁰ Gaya hidup diartikan secara sederhana sebagaimana seseorang hidup. Gaya hidup juga dipergunakan untuk menguraikan tiga tingkat agregasi orang berbeda: individu, sekelompok kecil orang yang berinteraksi, dan kelompok orang yang lebih besar. Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka.⁵¹

b. Jenis-Jenis Gaya Hidup

Gaya hidup konsumen terdiri dari berbagai macam jenis, yang tentu saja berbeda satu dengan yang lainnya. Secara umum, jenis gaya hidup konsumen terdiri dari:

1) Gaya Hidup Mandiri

Gaya hidup mandiri merupakan salah satu fenomena yang populer dalam kehidupan perkotaan. Produsen harus memahami dengan baik terkait dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan gaya hidup yang mandiri. Konsumen dengan jenis seperti ini biasanya merupakan jenis konsumen dengan tingkat pendidikan yang memadai dengan dukungan finansial yang memadai pula. Gaya hidup mandiri biasanya mampu terlepas dari budaya

⁴⁹Amstrong, Gary & Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), hlm. 192.

⁵⁰ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 185.

⁵¹Mowen, John, C, dan Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 282.

konsumerisme, karena konsumen tersebut menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta mampu berpikir inovatif dan kreatif dalam menunjang kemandiriannya tersebut. Konsumen jenis ini biasanya menyukai produk-produk yang menggambarkan kemandiriannya sebagai individu di tengah-tengah masyarakat.

2) Gaya Hidup Modern

Di jaman sekarang ini yang serba modern dan praktis, menuntut masyarakat untuk tidak ketinggalan dalam segala hal termasuk dalam bidang teknologi. Banyak konsumen yang berlomba-lomba ingin menjadi yang terbaik dan pertama dalam pemahaman teknologi, termasuk di dalamnya penggunaan *gadget*. Gaya hidup modern erat kaitannya dengan gaya hidup digital. Gaya hidup digital merupakan istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan gaya hidup modern konsumen dimana dalam kehidupannya sarat akan penggunaan teknologi dan informasi digital. Konsumen dengan jenis ini sering tertarik dengan teknologi baru dan harga bukan merupakan pertimbangan utama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya tersebut.

3) Gaya Hidup Sehat

Gaya hidup sehat adalah pilihan sederhana yang sangat tepat untuk dijalankan. Hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan, dan lingkungan yang sehat. Sehat dalam arti kata mendasar adalah segala hal yang dapat dilakukan untuk memberikan hasil dengan baik dan positif. Konsumen dengan gaya hidup sehat senang menggunakan peralatan kebugaran dan olahraga. Konsumen seperti ini senang mengonsumsi makanan yang sehat dan sangat kritis ketika mengonsumsi produk.

4) Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang

disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Konsumen dengan gaya hidup ini, saat ini telah menjadi semacam tren terbaru dalam kehidupan anak muda.

5) Gaya Hidup Hemat

Konsumen dengan gaya hidup hemat adalah konsumen yang mampu berpikir secara ketat terkait dengan pengelolaan keuangan yang dilakukannya. Sebelum mengkonsumsi produk, ia membandingkan terlebih dahulu harga di tempat yang satu dengan di tempat lainnya. Ia menganggap bahwa selisih harga itu penting. Konsumen seperti ini mampu berpikir mana konsumsi yang harus diprioritaskan dan mana konsumsi yang dapat ditunda.

6) Gaya Hidup Bebas

Gaya hidup adalah sebuah seni yang dibudayakan setiap orang. Gaya hidup juga merupakan refleksi dari perkembangan zaman. Pilihan gaya hidup seseorang merupakan pilihan bagaimana dan seperti apa ia menjadi anggota dalam masyarakat. Dewasa ini, gaya hidup bebas sedang marak di kalangan remaja, terutama di kota-kota besar. Gaya hidup bebas tersebut nampak dari pemahaman bahwa yang *update* adalah gaya hidup bebas. Misalnya banyak remaja saat ini yang berpakaian terbuka yang bukan merupakan budaya dan gaya hidup orang timur seperti Indonesia. Mereka juga banyak yang tinggal dan hidup bersama namun tanpa ikatan pernikahan yang sakral. Selain itu, banyak yang hidup dan bergaul dengan mengkonsumsi narkoba. Konsumen seperti ini biasanya menampilkan diri sebagai konsumen yang rendah dalam menggunakan kemampuan kognitifnya.

c. Gaya Hidup AIO

Psiko grafik adalah ilmu tentang pengukuran dan pengelompokan gaya hidup konsumen. Psiko grafis adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan biasa dipakai untuk menganalisis data yang sangat

besar. Psiko grafis analisis biasanya dipakai untuk melihat segmen pasar. Analisis psiko grafis juga diartikan sebagai suatu riset konsumen yang menggambarkan segmen konsumen dalam hal kehidupan mereka, pekerjaan dan aktifitas lainnya.

Psiko grafis berarti menggambarkan (*graph*) psikologis konsumen (*psycho*). Psiko grafis adalah pengukuran kuantitatif gaya hidup, kepribadian dan demo grafik konsumen. Psiko grafis sering diartikan sebagai pengukuran *activity*, *interest*, dan *opinion* (AIO), yaitu pengukuran kegiatan, minat, dan pendapat konsumen. Sciffman dan Kanuk menyatakan psiko grafis disebut sebagai analisis gaya hidup dan riset AIO adalah suatu bentuk riset konsumen yang memberikan profil yang jelas dan praktis mengenai segmen-segmen konsumen, tentang aspek-aspek kepribadian konsumen yang penting, motif belinya, minatnya, sikapnya, keyakinannya, dan nilai-nilai yang dianutnya.

Mowen dan Minor menyatakan bahwa psiko grafis merupakan kajian tentang apa yang membentuk seorang konsumen secara psikologis. Ada dua konsep dalam psiko grafis. Pertama, memberi gambaran mengenai ciri-ciri psikografis konsumen yang lebih mengarah pada identifikasi kepribadian konsumen. Kedua, memandang psiko grafis sebagai kajian tentang *activities*, *interest*, dan *opinion* (AIO), secara rinci dijabarkan sebagai berikut:

1) Kegiatan (*activities*)

Berkaitan dengan pernyataan apa yang dikerjakan konsumen, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang, serta berbagai aktivitas lainnya. Kegiatan biasanya dapat diamati, namun jarang dilakukan pengukuran.

2) Minat (*Interest*)

Minat berhubungan dengan kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen. Minat juga berkaitan dengan obyek, peristiwa, atau topik tertentu yang menjadi penelitian khusus maupun terus-menerus bagi konsumen. Minat ialah usaha aktif

menuju pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan pada umumnya yaitu titik akhir daripada gerakan yang menuju suatu arah tetapi tujuan minat adalah melaksanakan suatu tujuan.

3) Pendapat (*Opinion*)

Pendapat merupakan pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu tertentu. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.⁵²

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumen sangat banyak, namun secara umum dapat dibagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Masing-masing faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1) Faktor Internal

Faktor internal konsumen itu sendiri terdiri dari sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, serta persepsi.

a) Sikap

Sikap adalah kondisi jiwa yang merupakan refleksi dari pengetahuan dan cara berpikir konsumen untuk memberikan respon terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku yang ditampilkannya. Kondisi tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, serta lingkungan sosialnya.

b) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dan pengamatan merupakan hal yang saling erat terkait. Pengalaman dapat mempengaruhi

⁵² Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 189-190.

pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tingkah laku dan perbuatan konsumen di masa lampau serta dapat dipelajari melalui interaksi dengan orang lain yang selanjutnya menghasilkan pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial tersebut dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

c) Kepribadian

Kepribadian merupakan konfigurasi karakteristik dari individu konsumen dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

d) Konsep Diri

Konsep diri erat kaitannya dengan citra merek dari produk yang dikonsumsi. Bagaimana konsumen secara individu memandang tentang dirinya akan sangat mempengaruhi minatnya terhadap suatu objek. Konsep diri merupakan inti dari pola kepribadian yang akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal timbulnya perilaku yang ditampilkan oleh konsumen.

e) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan dan keinginan yang menyertainya. Konsumen membutuhkan dan menginginkan untuk merasa aman serta memiliki *prestise* tertentu. Jika motif konsumen terhadap kebutuhan akan *prestise* lebih besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

f) Presepsi

Presepsi merupakan proses dimana konsumen memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya untuk membentuk suatu gambar tertentu atas informasi tersebut.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup konsumen terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Masing-masing diuraikan sebagai berikut:

a) Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana konsumen tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberikan pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana konsumen tidak menjadi anggota di dalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapi konsumen pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku konsumen. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dimana para anggota setiap jenjang tersebut memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, *pretise* hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun yang diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari suatu kedudukan. Apabila

individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

d) Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh konsumen sebagai individu yang merupakan bagian dari anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.⁵³

Adapun faktor-faktor pengaruh gaya hidup terhadap konsumsi menurut Silvia Nuriah yaitu:⁵⁴

1) Usia

Usia yang produktif adalah waktu dimana gaya hidup seseorang berubah-ubah dikarenakan berbagai alasan-alasan. Salah satunya usia yang produktif sangatlah berambisi mampu memperoleh suatu produk yang sangat diinginkan bahkan tidak sedikit konsumen yang selalu menginginkan produk dengan brand image yang baik.

2) Pengalaman

Pengalaman seorang konsumen maupun pengalaman yang dibuat sedemikian baik untuk brand suatu produk sangat mampu meningkatkan minat beli konsumen.

3) Ekonomi

Tingkat ekonomi seseorang juga menjadi faktor yang menentukan gaya hidup seseorang demi sebuah ambisi untuk memiliki produk dengan brand image yang bagus.

4) Lingkungan

⁵³ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 190-192.

⁵⁴ Silvia Nuriah, *Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Image Terhadap Konsumsi*, (Makalah: Oktober 2014), hlm. 5.

Keluarga dan kerabat cukup mempengaruhi suatu keputusan membeli dan mengkonsumsi produk dengan brand image sebagai acuannya.

5) Kebutuhan

Bagi gaya hidup kalangan menengah ke atas kebutuhan adalah yang paling terakhir untuk menjadi alasan konsumen membeli suatu produk. Demikian dengan kefanatikannya dalam memandang suatu produk dengan kualitas brand image yang konsisten meningkat pada setiap inovasi-inovasi yang dikeluarkan oleh produsen setiap periodenya.

3. Konsep Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Konsumtif adalah perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa secara berlebihan, yang mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan.⁵⁵ Menurut Djameludin Ancok perilaku konsumtif lebih mengarah pada sikap masyarakat menjadi masyarakat pembuang produk (*throw-away society*) atau kecenderungan masyarakat untuk melakukan konsumsi tiada batas. Keinginan gonta-ganti produk adalah satu dorongan dalam diri manusia untuk menunjukkan bahwa dirinya berbeda dan lebih dibanding dengan orang lain.⁵⁶ Dari pandangan ini menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah mengonsumsi barang secara berlebihan dan pembelian produk yang bermacam-macam sesuai keinginannya untuk mencapai kepuasan dalam individu sehingga merasa individu yang bersifat konsumtif lebih baik dan berbeda dengan individu lain.

Menurut Elly M. Setiadi dan Usman Kholip perilaku konsumtif disebabkan dampak dari globalisasi yaitu pola hidup kemewahan (hedonism) menjadi dambaan dan pujian setiap orang.⁵⁷ Pola hidup

⁵⁵ “Konsumsi, Konsumen, Konsumtif, dan Konsumerisme dalam Perilaku Konsumen”, <https://sitinovianti.wordpress.com>, diakses 2 Februari 2018.

⁵⁶ Djameludin Ancok, *Nuansa Psikologi Pembangunan*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1995), hlm. 60.

⁵⁷ Elly M. Setiadi dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 734.

konsumtif seperti ini akibat dari banyaknya produk yang beredar dan perdagangan bebas.

Sedangkan Lina dan Rosyid yang dikutip Indah Inawati dkk menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Perilaku seseorang membeli produk untuk dikonsumsi cenderung tidak didasarkan dalam keputusan yang matang, akan tetapi faktor yang tidak masuk akal seseorang yang menyebabkan pembelian produk yang berlebihan.⁵⁸ Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah sebuah tindakan manusia sebagai konsumen dalam memanfaatkan barang hasil produksi lebih ke arah berlebihan yang lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Begong Suyanto mengutip Ritzer beberapa penyebab terjadinya konsumen yang menjadikan konsumtif atau pemborosan yang menjadikan nyaris tak terkendali adalah sebagai berikut:

- 1) Pertumbuhan kartu kredit yang menyebabkan masyarakat membelanjakan uang lebih banyak daripada semestinya dan melebihi uang persediaan yang ada.
- 2) Perkembangan *shopping mall* yang menjamur diberbagai sudut kota, bukan hanya mendemonstrasikan kemunculan tanpa henti produk-produk industri budaya terbaru, tetapi juga menawarkan sekaligus membujuk konsumen untuk membeli sesuatu yang tidak mereka butuhkan.
- 3) Perkembangan jaringan tv *shopping* yang memberikan masyarakat dapat berbelanja setiap waktu, 24 jam sehari, tujuh hari dalam seminggu, yang dengan cara demikian meningkatkan kemungkinan

⁵⁸ Indah Inawati, dkk, "Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013", *Jurnal Penelitian UNS*, Vol. 2, No. 1, 2013.

konsumen untuk membelanjakan uang mereka lebih daripada semestinya.

- 4) Adanya berbagai katalog yang menawarkan produk-produk industri budaya dengan berbagai variasi memungkinkan masyarakat membeli produk dari mana saja di dunia, dan mereka dibujuk untuk membeli produk yang sebetulnya tidak diperlukan.⁵⁹

c. Aspek-Aspek yang diukur dalam Perilaku Konsumtif

Menurut Meida Devi Wardani mengutip Lina dan Rasyid terdapat tiga aspek seseorang atau kelompok dikatakan konsumtif yaitu pembelian (*Implusif Buying*), pemborosan (*Wasteful Buying*), dan mencari kesenangan (*Non Rational Buying*).⁶⁰

1) Pembelian (*Implusif Buying*)

Pembelian yang dilakukan oleh individu secara tiba-tiba, biasanya ketertarikan konsumen kepada penjual dalam menawarkan barang dagangan. Sedangkan menurut Luthfiyatul Auliya mengutip Danang Sunyoto pembelian implusif merupakan pembelian konsumen yang sifatnya spontan atau tidak direncanakan sebelumnya sehingga menimbulkan ketertarikan pada konsumen untuk membeli barang di pasar.⁶¹

Seseorang akan melakukan pembelian implusif biasanya karena ketertarikan pada cara strategi penjual dalam menjual produknya untuk menarik konsumen agar membelinya meskipun konsumen tersebut tidak merencanakan daftar pembelanjaan sebelumnya.

2) Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Dalam pemborosan biasanya konsumen dalam melakukan pembelian barang konsumsi secara berlebihan dan kurang

⁵⁹ Begong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, (Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2014), hlm. 23-24.

⁶⁰ Meida Devi Wardani, "Hubungan Antar Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri", (Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2009).

⁶¹ Luthfiyatul Auliya, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)", (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2017).

bermanfaat, perilaku ini atas dasar menghambur-hamburkan materi demi konsumsi yang tidak jelas arahnya.

3) Mencari kesenangan (*Non Rational Buying*)

Konsumen dalam membeli barang yang dikonsumsi untuk mencari kesenangan semata. Kesenangan disini biasanya memanfaatkan waktu luang untuk mencari sebuah kesenangan sehingga seseorang akan berperilaku konsumtif. Menurut Begong Suyanto mengutip Josep Pieper waktu senggang merupakan “Jeda dari kesibukan dan rutinitas keseharian, santai, piknik, berlibur, dan bahkan waktu senggang juga dipahami sebagai aktivitas yang tidak berguna dan sekedar untuk bermalas-malasan.”⁶²

Waktu luang ini yang diteliti untuk mengukur perilaku konsumtif mahasiswa dalam mencari kesenangan yang menimbulkan *Non-rational buying* atau kegiatan konsumsi yang sifatnya tidak rasional dan dianggap tidak ada manfaatnya.

4. Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Di era globalisasi seperti sekarang ini dengan semakin berkembangnya teknologi, gaya hidup, dan ekonomi telah mempengaruhi pola kehidupan masyarakat termasuk pola perilaku konsumsi mahasiswa. Remaja merupakan remaja tingkat akhir dengan kecenderungan berkonsumsi tinggi. Mahasiswa mengkonsumsi suatu barang atau jasa bukan hanya karena mereka butuh namun karena aspek “lapar mata” yang sering terjadi saat mahasiswa melakukan konsumsi merupakan indikasi perilaku konsumtif.

Mahasiswa menjadi konsumtif salah satunya dipengaruhi oleh status sosial ekonomi orang tua mereka. Dalam teori yang dikatakan oleh Engel, Blackwell, dan Minard yang dikutip oleh Rika Pristian dalam penelitiannya, bahwa status sosial ekonomi (kelas sosial) seseorang akan mempengaruhi pola konsumsinya. Hal ini berarti semakin tinggi status

⁶² Begong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, (Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2014), hlm. 253.

sosial ekonomi orang tuanya maka peluang untuk melakukan konsumsinya semakin banyak.⁶³

Status sosial ekonomi merupakan suatu tingkatan seseorang dalam masyarakat yang dilihat dari tingkat pendidikan, pekerjaan, dan tingkat penghasilannya. Seseorang yang memiliki status sosial ekonomi yang tinggi akan berbeda dibandingkan dengan seseorang yang memiliki status sosial ekonomi yang rendah dalam hal memilih suatu barang atau jasa. Namun alangkah baiknya jika melakukan konsumsi lebih berpikir rasional dan memperhitungkan lebih cermat antara pendapatan dan pengeluaran.

Terlepas dari hal tersebut, perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh gaya hidup. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Hartiyani dkk dalam penelitiannya yang mengutip pendapat Kotler bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang diantaranya faktor kebudayaan, sosial, personal, dan psikologi. Gaya hidup merupakan bagian dari faktor personal, yang menunjukkan pola kehidupan seseorang. Pola kehidupan ini tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapatnya.⁶⁴ Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard yang dikutip Ujang Sumarwan menyatakan gaya hidup sebagai pola dimana seseorang hidup, menggunakan uang dan waktunya.⁶⁵

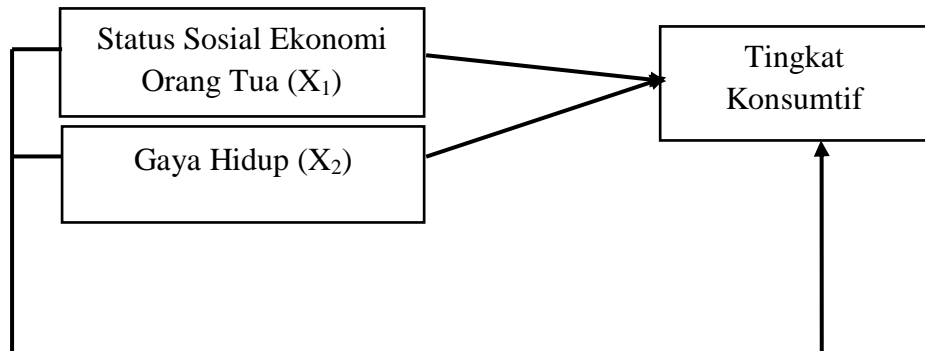
Semakin mewah gaya hidup seseorang maka akan meningkatkan perilaku konsumsi yang sifatnya irasional (konsumtif). Sebaliknya menurunnya gaya hidup mewah mahasiswa, maka akan menurunkan pula tingkat perilaku konsumtifnya, artinya perilaku konsumsinya akan semakin rasional. Apabila gaya hidup yang mengarah pada hedonisme tidak terkontrol oleh idealisme mahasiswa dan orang tuanya, maka mahasiswa telah menanamkan perilaku konsumtif pada diri mereka.

⁶³Rika Pristian Fitri Astuti, "Pengaruh Status Sosial Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Pendidikan IKIP PGRI Bojonegoro", *Jurnal Edutama*, Vol. 3, No. 2, Juli 2016.

⁶⁴Hartiyani Sadu Bundati, Mintasih & Muhammad Sabandi, "Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS", (Surakarta: Universitas Sebelas Maret).

⁶⁵Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 45.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



C. Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai suatu yang dianggap benar, meskipun demikian kebenarannya masih memerlukan pembuktian. Dalam penelitian, hipotesis pada umumnya didefinisikan sebagai dugaan-dugaan sementara, pernyataan tentang permasalahan yang dapat diuji secara langsung, disusun dalam bentuk kalimat. Hipotesis dengan demikian adalah pernyataan yang menunjukkan adanya kemungkinan hubungan tertentu antara dua atau lebih fakta atau variabel.⁶⁶

Fungsi hipotesis dapat diringkas menjadi tiga. Berikut ini adalah tiga fungsi hipotesis:

1. Untuk membatasi bidang penyelidikan.
2. Untuk meningkatkan kepekaan peneliti sehingga ia harus bekerja secara selektif untuk memilih pendekatan terhadap masalah.
3. Untuk menawarkan cara sederhana untuk mengumpulkan bukti-bukti untuk verifikasi.⁶⁷

Hipotesis dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori dan kerangka pikir yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dapat disusun sebagai berikut:

⁶⁶Nyoman Kutha Ratna, *Metode Penelitian (Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 120.

⁶⁷Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 65.

1. H_0 : Tidak ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
 H_1 : Ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. H_0 : Tidak ada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
 H_1 : Ada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
3. H_0 : Tidak ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
 H_1 : Ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

D. Landasan Teologis

Aturan dan kaidah konsumsi dalam sistem ekonomi Islam menganut paham keseimbangan dalam berbagai aspek. Konsumsi yang dijalankan oleh seorang muslim tidak boleh mengorbankan kemaslahatan individu dan masyarakat. Larangan atas sikap *tabzir* dan *israf* bukan berarti mengajak seorang muslim untuk bersikap bakhil dan kikir, akan tetapi mengajak kepada konsep keseimbangan, karena sebaik-baiknya perkara adalah pertengahan, sebagaimana dalam QS. Al-Isra': 29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.”⁶⁸

Dalam Islam salah satu perilaku konsumsi yang dilarang adalah konsumsi yang berlebih-lebihan atau menghambur-hamburkan karena sesuatu yang berlebih-lebihan merupakan hal yang tidak baik. Hal ini tertera pada QS. Al-A'raf ayat 31 sebagai berikut:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

⁶⁸ Novi Indriyani Sitepu, “Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia”, *Jurnal Perspektif Ekonomi Islam Darussalam*, Vol. 2, No. 1, Maret 2016, hlm. 97-98.

Artinya: *“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”*.⁶⁹

Maksud dari ayat tersebut adalah seorang manusia dilarang untuk memiliki sikap berlebih-lebihan dalam segala sesuatu, baik dalam membelanjakan harta yang dimiliki, janganlah makan dan minum sampai melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas halal haramnya makanan dan minuman.

Selain ayat di atas Islam juga melarang untuk bersikap berlebih-lebihan, hal tersebut di jelaskan dalam QS. Al-Isra' ayat 27 sebagai berikut:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: *“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”*.⁷⁰

Maksud dari ayat tersebut adalah seorang manusia yang melakukan sikap pemborosan tindakan yang serupa dengan setan. Kegiatan pemborosan adalah membelanjakan harta bukan pada hal dan jalan yang benar dan bukan untuk hal yang dibutuhkan oleh manusia. Konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang setara dengan banyaknya pendapatan, sehingga pendapatan habis, karena mereka memiliki kebutuhan jangka pendek (di dunia) dan kebutuhan jangka panjang (di akhirat).

Sebagaimana agama yang sempurna, Islam telah memberikan rambu-rambu yang berupa batasan serta arahan-arahan positif dalam berkomunsumsi dan Islam dan Islam juga melarang umatnya berperilaku kikir yakni terlalu menahan-nahan harta yang dikaruniakan Allah SWT kepada mereka. Namun Allah SWT juga menghendaki umatnya membelanjakan harta mereka secara berlebih-lebihan di luar kewajaran seperti yang di jelaskan di firman Allah SWT QS. Al Furqon ayat 67, yaitu:

⁶⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*, (Jakarta: Mikraj & Wali, 2013).

⁷⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*, (Jakarta: Mikraj & Wali, 2013).

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.⁷¹

Maksud ayat ini menurut Ibnu Katsir menjelaskan bahwa mereka tidak menghambur-hamburkan harta dalam berinfak lebih dari apa yang diperlukan, tidak pula kikir terhadap keluarganya yang berakibat mengurangi hak keluarga dan kebutuhan keluarga tidak tercukupi. Tetapi mereka membelanjakan hartanya dengan pembelanjaan yang seimbang dan selektif serta pertengahan, yakni tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir.



⁷¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*, (Jakarta: Mikraj & Wali, 2013).

BAB III METODE PENELITIAN

F. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam menyusun penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian (lapangan) dengan melakukan pengamatan tentang suatu fenomena dalam keadaan ilmiah.⁷² Penelitian lapangan juga dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan langsung kepada responden.⁷³ Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono kuantitatif yaitu metode yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁷⁴

G. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto yang terletak di jalan Ahmad Yani No. 40-A, Purwanegara, Purwokerto Utara dan dilaksanakan dari bulan 2 April sampai 2 Juli 2018.

H. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁵ Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti yaitu seluruh Mahasiswa

⁷²Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 26.

⁷³Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hlm. 5.

⁷⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 8.

⁷⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 115.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto pada bulan April 2018 yang berjumlah 1.276 mahasiswa, dengan jumlah laki-laki sebanyak 306 orang dan perempuan sebanyak 970 orang.

2. Sampel

Menurut Suharsimi sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁷⁶ Adapun teknik pengambilan sampel yang akan digunakan penulis pada penelitian ini yaitu teknik *probability sampling*, menurut Ulber Silalahi adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan kepada setiap elemen dari populasi untuk dipilih sebagai sampel.⁷⁷ Sedangkan salah satu teknik *probability sampling* adalah sampel acak sederhana (*simple random sampling*). *Simple random sampling* menurut Husein Umar adalah penentuan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin:⁷⁸

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

Di mana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam penelitian ini batas toleransi yang diinginkan adalah 10%

$$n = \frac{1276}{1 + 1276 \times 0,10^2}$$

$$n = \frac{1276}{1 + 1276 \times 0,01}$$

$$n = \frac{1276}{1 + 12,76}$$

⁷⁶Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian (Suatu pendekatan Praktik)*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 117.

⁷⁷Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), hlm. 259.

⁷⁸Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hlm. 78

$$n = \frac{1276}{13,76}$$

$$n = 92,7325581395 \approx 93$$

Jadi, jumlah sampel minimal yang harus diambil adalah 92,7325581395 sampel, yang jika dibulatkan akan menjadi 93 sampel.

I. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Singh yang dikutip oleh Alizar merupakan gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati. Sebuah variabel dapat didefinisikan sebuah atribut dari sebuah kasus, yang bervariasi untuk setiap kasus yang berbeda. Alizar juga menambahkan menurut Effendi, variabel merupakan sebuah konsep yang mempunyai variasi nilai.⁷⁹ Ada dua variabel dalam penelitian ini, yaitu:

a. Variabel independen

Variabel independen artinya identik dengan variabel bebas atau penjelas. Variabel ini biasanya dianggap sebagai variabel prediktor atau penyebab karena menyebabkan variabel dependen.⁸⁰ Variabel independen dalam penelitian ini yaitu status sosial ekonomi orang tua (X_1) dan gaya hidup (X_2).

b. Variabel dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang merespon perubahan dalam variabel independen.⁸¹ Variabel dependen penelitian ini yaitu perilaku konsumtif (Y).

2. Indikator Penelitian

a. Status sosial ekonomi orang tua

Status sosial menurut Ujang Sumarwan disamakan dengan kelas sosial, yaitu pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda

⁷⁹ Alizar Isna & Wardo, *Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial: dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*, (Purwokerto: STAIN Press, 2013), hlm. 7.

⁸⁰ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif (Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi)*, (Yogyakarta: UPP YPKN, 2007), hlm. 5.

⁸¹ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), hlm. 133.

atau strata yang berbeda. Untuk mengukur status sosial ekonomi orang tua menurut Gilbert dan Kahl yang dikutip oleh Ujang Sumarwan terdapat tiga aspek acuan yang harus diketahui yaitu status pekerjaan, pendapatan, dan harta benda.⁸² Menurut Dewi Aprilia dan Hartoyo dalam mengukur status sosial seseorang di masyarakat, biasanya menggunakan penggolongan-penggolongan tertentu berdasarkan ukuran kekayaan, kekuasaan, kehormatan, ilmu pengetahuan, ketokohan, dan popularitas.⁸³ Dari beberapa pendapat tersebut peneliti menyimpulkan terdapat beberapa indikator yang harus diteliti yaitu:

- 1) Pendidikan yang ditempuh orang tua
- 2) Pekerjaan dan jabatan orang tua
- 3) Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh orang tua
- 4) Pengeluaran atau konsumsi keluarga
- 5) Kepemilikan harta benda

b. Gaya hidup

Gaya Hidup menurut menurut Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.⁸⁴ Dari pendapat tersebut menyimpulkan beberapa indikator yang harus diteliti yaitu:

- a. Aktivitas (apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka)
- b. Minat (memfokuskan pada preferensi dan prioritas konsumen)
- c. Opini (pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri)

c. Perilaku Konsumtif

Menurut Djamaludin Ancok perilaku konsumtif lebih mengarah pada sikap masyarakat menjadi masyarakat pembuang produk (*throw-away society*) atau kecenderungan masyarakat untuk

⁸²Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 220.

⁸³Dewi Aprilia & Hartoyo, "Analisis Sosiologi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung", *Jurnal UNILA*, Vol. 15, No. 1, 2014.

⁸⁴Amstrong, Gary & Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), hlm. 192.

melakukan konsumsi tiada batas.⁸⁵ Untuk mengukur perilaku konsumtif menurut Lina dan Rasyid yang dikutip oleh Meida Devi Wardani terdapat tiga aspek bahwa seseorang atau kelompok dikatakan konsumtif yaitu pembelian (*Implusif Buying*), pemborosan (*Wasteful Buying*), dan mencari kesenangan (*Non Rational Buying*).⁸⁶ Dari pendapat tersebut menyimpulkan bahwa indikator yang harus diteliti yaitu:

- 1) Pembelian implusif (ketertarikan konsumen karena strategi pemasaran kemudian membelinya secara spontan)
- 2) Pemborosan (pembelian barang yang tidak tuntas atau masih ada)
- 3) Mengisi waktu luang (mencari kesenangan)

Tabel 3.1

Kerangka Variabel dan Indikator

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_1)	Status sosial adalah pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda.	a. Pendidikan yang ditempuh orang tua b. Pekerjaan dan jabatan orang tua c. Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh orang tua d. Pengeluaran atau konsumsi keluarga e. Kepemilikan harta benda
2	Gaya Hidup (X_2)	a. Aktivitas	Apa yang mereka lakukan apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka.
		b. Minat	Memfokuskan pada preferensi dan prioritas konsumen.
		c. Opini	Pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri.
3	Perilaku konsumtif (Y)	a. Pembelian Implusif (Implusif Buying)	Ketertarikan konsumen karena strategi pemasaran

⁸⁵ Djamaludin Ancok, *Nuansa Psikologi Pembangunan*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1995), hlm. 60.

⁸⁶ Meida Devi Wardani, "Hubungan Antar Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri", (Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2009).

			kemudian membelinya secara spontan.
		b. Pemborosan (Wasteful Buying)	Pembelian barang secara berlebihan dan kurang bermanfaat.
		c. Mencari Kesenangan (Non Rational buying)	Pembelian barang hanya untuk mencari kesenangan dan menghabiskan waktu luang.

Berdasarkan indikator di atas peneliti membuat daftar pertanyaan atau pernyataan untuk disebarkan kepada responden dengan jumlah sebagai berikut: untuk variabel status sosial ekonomi orang tua terdapat 17 item pertanyaan, untuk variabel gaya hidup terdapat 10 item pernyataan, dan untuk variabel perilaku konsumtif terdapat 17 item pernyataan.

J. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Data primer dalam penelitian ini seperti hasil wawancara dan hasil pengisian kuesioner dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto.⁸⁷ Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Bahan-bahan sumber sekunder dapat berupa artikel-artikel dalam surat kabar, buku atau telaah gambar, hasil survei terdahulu yang dipublikasikan, buletin statistik, dan arsip organisasi.⁸⁸

K. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Untuk

⁸⁷Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan tesis Bisnis Edisi Kedua*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 42.

⁸⁸Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), hlm. 291.

memperoleh data penelitian seraca konkrit, peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁸⁹ Daftar pertanyaan atau pernyataan dapat bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan. Instrumen yang berupa lembar daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut berupa *checklist* ataupun skala.⁹⁰ Kuesioner ditujukan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menggunakan angket tertutup yang mana jawaban pilihannya sudah disediakan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian untuk setiap jawaban diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁹¹ Rumusan skala tersebut sebagai berikut:

Tabel 3.2

Metode Skala dan Pengukuran

Status Sosial Ekonomi	Jawaban	A	B	C	D	E
	Nilai	5	4	3	2	1
Gaya Hidup	Jawaban	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
	Nilai	5	4	3	2	1
Perilaku Konsumtif	Jawaban	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
	Nilai	5	4	3	2	1

⁸⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 199.

⁹⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 51.

⁹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 93.

Jumlah kuesioner yang disebarakan kepada responden berjumlah 100 kuesioner untuk menghindari kuesioner yang rusak. Alasan digunakan kuesioner sebagai metode utama dalam penelitian ini yaitu biaya relatif murah, waktu untuk mendapatkan data singkat, dan dapat dilakukan terhadap subjek dengan jumlah besar.

Kuesioner dalam penelitian ini seperti yang telah dijelaskan sebelumnya oleh peneliti, bahwa dalam penelitian ini menggunakan kuesioner bentuk skala dengan menggunakan model skala Likert. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang disusun sendiri oleh peneliti dengan mengacu pada landasan teori yang ada dan pengembangan dari variabel penelitian.

2. Wawancara

Wawancara (*interview*) ini merupakan metode pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian.⁹² Melalui wawancara ini pula peneliti menggali informasi secara mendalam agar peneliti mendapatkan data yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara terstruktur yang berarti bahwa setiap responden menerima secara pasti stimulus wawancara yang sama. Wawancara terstruktur dilakukan oleh peneliti yang telah mengetahui secara jelas dan terperinci apa informasi yang dibutuhkan serta memiliki satu daftar pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya.⁹³ Adapun wawancara akan dilakukan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto dengan harapan dapat menemukan informasi lebih terbuka.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengambil data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen

⁹²Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2002), hlm. 152

⁹³Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), hlm. 313.

maupun gambar-gambar. Teknik dokumentasi ini penulis gunakan untuk memperoleh data tentang profil tempat penelitian, sarana dan prasarana serta dokumen yang terkait dengan penelitian status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

L. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini membandingkan nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Jika variabel melebihi nilai signifikansi maka pertanyaan yang ada dikuesioner tersebut tidak valid. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung (nilai *Corrected item-Total Corelation* pada *Output Cronbach alpha*) dengan nilai *r* tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2 (n adalah jumlah sampel).⁹⁴ Menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi *Product Moment*, yang rumusnya sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum_{i=1} X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = korelasi antara variabel X dengan variabel Y

n = jumlah sampel

x_1 = data variabel X ke-i

y_1 = data variabel Y ke-i

Σ = jumlah keseluruhan data atau nilai.⁹⁵

Jadi butir pertanyaan di kuesioner tersebut akan dikatakan valid, jika nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel dan nilai *r* positif signifikan.

⁹⁴ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Barupress, 2015), hlm. 157-158.

⁹⁵ Alizar Isna dan Warto, *Analisis Data Kuantitatif Dengan IBM SPSS Statistic*, (Purwokerto: Stain Press, 2012), hlm, 280.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur sebuah kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini untuk menguji reliabilitas instrumen digunakan rumus *alpha* yang dikemukakan oleh *Cronbach*. Metode jenis ini merupakan suatu metode untuk mencari realibilitas internal (*internal consistency*).⁹⁶ Rumus koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* oleh Sugiyono yang dikutip oleh Alizar Isna sebagai berikut:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_i = koefisien *alpha chonbach*

k= banyaknya item

$\sum a_b^2$ = jumlah varians item

a_t^2 = varians total.⁹⁷

M. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variable bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).⁹⁸ Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Persamaan regresinya yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2e$$

Keterangan:

⁹⁶ Usman Rianse, Abdi, *Metodologi penelitian Sosial dan ekonomi (Teori dan Aplikasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 180.

⁹⁷ Alizar Isna dan Warto, *Analisis Data Kuantitatif Dengan IBM SPSS Statistic*, (Purwokerto: Stain Press, 2012), hlm, 365-366.

⁹⁸ Rohmad, Supriyanto, *Pengantar Statistika*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), hlm. 184.

Y = Perilaku Konsumtif

X₁ = Status Sosial Ekonomi Orang Tua

X₂ = Gaya Hidup

α = Konstanta

e = Error

b₁ = Koefisien Regresi 1

b₂ = Koefisien Regresi 2⁹⁹

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Analisis R² (R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.¹⁰⁰

3. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto baik secara parsial maupun simultan digunakan uji-t dan uji-F sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah secara individual atau parsial ada pengaruh antara variabel-variabel bebas atau independen dengan variabel terkait atau dependen. Prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut:

Pengujian b₁ (X₁)

Pengujian b₁ sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = 0$$

Tidak ada pengaruh variabel bebas (X₁) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

$$H_a : b_1 \neq 0$$

⁹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 6.

¹⁰⁰Duwi Priyanto, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hlm. 83.

Ada pengaruh variabel bebas (X_1) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

2) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan $(\alpha) = 0,05$

3) Menentukan t_{hitung} dan t_{tabel}

a) t_{hitung} lihat pada tabel Coefficients

b) t_{tabel} dapat dilihat pada taraf signifikansi 0,05 (uji dua sisi) $df = n - k$ atau $df = \text{jumlah sampel} - \text{jumlah variabel}$.

4) Pengambilan keputusan

H_0 : diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh variabel bebas (X_1) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

H_0 : ditolak jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, artinya ada pengaruh variabel bebas (X_1) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

5) Kesimpulan

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

Pengujian b_2 (X_2)

Pengujian b_2 sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0 : b_2 = 0$

Tidak ada pengaruh variabel bebas (X_2) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_2 \neq 0$

Ada pengaruh variabel bebas (X_2) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

2) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan $(\alpha) = 0,05$

3) Menentukan t_{hitung} dan t_{tabel}

a) t_{hitung} lihat pada tabel Coefficients

b) t_{tabel} dapat dilihat pada taraf signifikansi 0,05 (uji dua sisi) $df = n - k$ atau $df = \text{jumlah sampel} - \text{jumlah variabel}$.

4) Pengambilan keputusan

H_0 : diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh variabel bebas (X_2) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

H_0 : ditolak jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, artinya ada pengaruh variabel bebas (X_2) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

5) Kesimpulan

$$t_{hitung} \leq t_{tabel} \text{ atau } t_{hitung} \geq t_{tabel}^{101}$$

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Tidak ada pengaruh variabel bebas (X_1) dan variabel (X_2) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Ada pengaruh variabel bebas (X_1) dan variabel (X_2) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

2) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan (α) = 0,05

3) Menentukan F_{hitung} dan F_{tabel}

c) F_{hitung} lihat pada tabel ANOVA

d) F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan $df_1 = k-1$, $df_2 = n-k$, dan $df_3 = df_1+df_2$ (k adalah jumlah variabel).

4) Pengambilan keputusan

H_0 : diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh variabel bebas (X_1) dan variabel (X_2) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

H_0 : diterima jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, artinya ada pengaruh variabel bebas (X_1) dan variabel (X_2) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

¹⁰¹ Haryadi Sarjono, Winda Julianita, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar dan Aplikasi untuk Riset*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 136-137.

5) Kesimpulan

$$F_{hitung} \leq F_{tabel} \text{ atau } F_{hitung} \geq F_{tabel}^{102}$$



¹⁰² Duwi Priyanto, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hlm. 83-85.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

N. Deskripsi Tempat Penelitian

1. Sejarah IAIN Purwokerto

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto merupakan pengembangan dan alih status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 139 tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto. Secara historis, STAIN Purwokerto juga merupakan alih status dari Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (1964-1994) dan Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang (1994-1997) yang berkedudukan di Purwokerto.

Secara embrional, IAIN Purwokerto diilhami oleh pidato Menteri Agama RI, Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, saat peresmian Sekolah Persiapan (SP) IAIN (sekarang menjadi MAN 1) yang antara lain mengharapakan kepada para pendiri SP IAIN agar usaha pendidikan formal tidak berhenti sampai tingkat Aliyah (SLTA) saja. Akan tetapi, pendidikan formal tersebut dilanjutkan dengan usaha mendirikan fakultas-fakultas agama, yang pada saatnya dapat dimasukkan ke dalam Institut Agama Islam Negeri (*Al-Djami'ah Al-Islamiyah Al-Hukumiyah*) Yogyakarta, sehingga dapat memberi kesempatan belajar lebih lanjut kepada lulusan SP IAIN khususnya, dan SLTA pada umumnya.

Ajakan Menteri Agama RI tersebut kemudian disambut oleh K.H. Muslich, yang ketika itu, selain sebagai ketua Yayasan Al-Hidayah, Pendiri SP IAIN, juga anggota DPRGR, Anggota MPRS, serta anggota Dewan Perancang Nasional, dengan mengajak tokoh-tokoh muslim Banyumas lainnya, antara lain: H.O.S. Noto Soewiryo (Kepala Pengawas Urusan Agama Karesidenan Purwokerto), Drs. Muzayyin Arifin (Ketua SP IAIN Purwokerto), K.H. Muchlis (Penghulu pada Kantor Urusan Agama di Purwokerto), dan Muhammad Hadjid (seorang pengusaha di Purwokerto) untuk mendirikan *Badan Wakaf Al-Djami'ah Sunan Kalijaga*.

Tugas utama badan wakaf ini adalah mendirikan lembaga pendidikan tinggi agama di Purwokerto dengan segera.

Usaha keras Badan Wakaf yang diketuai oleh K.H. Muslich tersebut memperoleh simpati dan dukungan dari masyarakat luas. Oleh karenanya, pada 10 November 1962, Badan Wakaf *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga mendirikan Fakultas Tarbiyah *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga. Kemudian, pada tahun itu pula, 12 Desember 1962, Badan wakaf *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga secara resmi diakte-notariskan sebagai badan hukum yang mendirikan dan mengelola fakultas tersebut.

Setelah hampir dua tahun Fakultas Tarbiyah *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga Purwokerto berjalan, para pendiri yang dibantu para Residen Banyumas, melalui Rektor IAIN *Al-Djamiah Al-Hukumiyah* Yogyakarta mengusulkan kepada Menteri Agama agar Fakultas Tarbiyah *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga Purwokerto dinegerikan.

Akhirnya, dengan Keputusan Menteri Agama Nomor 68 Tahun 1964 Tanggal 9 September 1964, Fakultas tersebut dinegerikan dan menginduk kepada IAIN *Al-Djami'ah Al-Hukumiyah* Yogyakarta, yang kemudian berubah namanya menjadi IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Serah terima penegerian Fakultas Tarbiyah Purwokerto sekaligus penggabungannya dengan IAIN Sunan Kalijaga dilakukan pada 3 Nopember 1964. Sejak saat itu, Fakultas Tarbiyah *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga Purwokerto resmi menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Purwokerto.

Selanjutnya, atas dasar pertimbangan geografis dan efisiensi pembinaan teknis kewilayahan berdasarkan Keputusan Menteri Agama Nomor 385 Tahun 1993, Nomor 394 Tahun 1993, dan Nomor 408 Tahun 1993, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Purwokerto dilimpahkan dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta kepada IAIN Walisongo Semarang. Serah terima pengindukan dari IAIN Sunan Kalijaga kepada IAIN Walisongo itu baru bisa dilaksanakan pada 13 Desember 1994. Sejak saat itu, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga

Purwokerto berubah menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto.

Kemudian, dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri pada 21 Maret 1997, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto, sebagai perguruan tinggi yang mandiri untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas.

Perubahan status dari Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto ini memberi otonomi yang besar dan peluang yang banyak untuk mengembangkan potensi yang dimiliki STAIN Purwokerto sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan potensi civitas akademika, dengan cara membuka Jurusan dan Program Studi baru, serta melakukan penyempurnaan kurikulum dan melakukan reformasi dalam berbagai aspek.

Pada tahun 2012 STAIN Purwokerto membuka Pascasarjana Strata 2 (S-2) yaitu Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (HES) dan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 164 Tahun 2014 tentang Izin Penyelenggaraan Prodi, STAIN membuka program studi untuk Strata I (S.I) yaitu program studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA) dan Manajemen Dakwah (MD).

Pada tahun 2014, status STAIN Purwokerto berubah dari Sekolah Tinggi menjadi Institut. Perubahan status ini ditetapkan melalui Peraturan Presiden Nomor 139 tahun 2014. Seiring dengan alih status menjadi IAIN, terjadi penambahan 10 (sepuluh) program studi strata satu (S-1) baru berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 547 Tahun 2015 dan 4 program studi jenjang pascasarjana strata dua (S-2). Sampai saat ini IAIN Purwokerto mengelola 22 prodi S-1, 6 prodi S-2, dan 1 prodi Diploma III.¹⁰³

2. Visi dan Misi IAIN Purwokerto

¹⁰³ "Sejarah IAIN Purwokerto", <http://iainpurwokerto.ac.id>, diakses pada 17 Juni 2018 Pukul 10.45.

a. Visi

“Unggul dan Islami dalam Mewujudkan Masyarakat yang Berkeadaban”

b. Misi

- 1) Melaksanakan pengajaran yang unggul.
- 2) Mengembangkan studi Islam yang Inklusif-Integratif.
- 3) Mengembangkan nilai dan peradaban Islam Indonesia.¹⁰⁴

3. Sejarah FEBI IAIN Purwokerto

Paparan sejarah keberadaan kampus perguruan tinggi yang sekarang menjadi IAIN Purwokerto ini menunjukkan bahwa kampus ini memiliki perjalanan yang sudah cukup panjang, berdiri sejak tahun 1962 atas inisiatif dan dukungan yang sangat besar dari tokoh masyarakat yang berasal dari kalangan yang beragam. Dukungan tersebut sampai sekarang terus bertambah besar sejalan dengan dinamika perkembangan masyarakat Purwokerto dan sekitarnya.

Keniscayaan perubahan status kelembagaan kampus ini dari bentuknya sebagai Sekolah Tinggi menjadi Institut tidak hanya didasarkan pada tilikan regulasi pendidikan tinggi yang berlaku di Indonesia, akan tetapi didasarkan pula pada dinamika akademis Kajian Islam (*Islamic Studies*) dan diversifikasi fungsi sosial yang terejawantah dalam diversifikasi profesi yang dibutuhkan dalam rangka mengikuti perkembangan dinamika sosial yang sangat cepat, termasuk dalam bidang kehidupan yang terkait dengan agama.

Berbagai hasil pencermatan sebagaimana yang diutarakan itulah yang kemudian mengantarkan kami pada kesimpulan bahwa perubahan status atau pengembangan bentuk kelembagaan dari STAIN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto merupakan sebuah keniscayaan.

Dalam perspektif historis, pembedangan ilmu agama di Perguruan Tinggi Agama Islam (PTAI) tidak lepas dari maksud dan tujuan awal didirikannya lembaga tersebut. Dalam Peraturan Presiden No. 11 tahun 1960, pasal 2 disebutkan bahwa “Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

¹⁰⁴“Visi dan Misi IAIN Purwokerto”, <http://iaipurwokerto.ac.id>, diakses pada 17 Juni 2018 Pukul 10.48.

bermaksud untuk memberi pengajaran tinggi dan menjadi pusat untuk mengembangkan dan memperdalam ilmu pengetahuan agama”. Pasal ini seterusnya menyatakan bahwa arah pengembangan PTAI dapat diarahkan pertumbuhannya ke arah Universitas Al-Azhar Mesir.

Berdasarkan pernyataan di atas maka tampak bahwa IAIN sejak awal di desain untuk mengikuti pola Universitas Al-Azhar Mesir. Bahkan untuk mempersamakan IAIN dengan Universitas Al-Azhar hampir semua nama fakultas di lingkungan IAIN menggunakan bahasa Arab, sama seperti nama fakultas pada Universitas Al-Azhar.

Rancang bangun keilmuan yang ada di IAIN yang kemudian dituangkan dalam kurikulum yang lebih berorientasi pada penguasaan materi (*maddah*) yang berporos pada cabang keilmuan yang sudah mapan seperti Tafsir al-Qur’an *wa ulumuhu*, *al-Hadits wa ulumuhu*, *al- Fiqh wa ushuluhu*, ilmu Tasaawuf dan ilmu Kalam. Pendekatan pembelajaran yang digunakan masih didominasi dengan pendekatan doktriner dengan mengedepankan aspek hafalan dan kering dari analisis-kritis. Faktor inilah yang antara lain menyebabkan kajian-kajian keislaman tidak berkembang dan selalu kehilangan relevansinya dengan arus modernitas dengan kecanggihan ilmu dan teknologi.

Pada saat yang bersamaan, transformasi ilmu pengetahuan dan teknologi di negara-negara berkembang ternyata memunculkan problem baru dalam dunia pendidikan. Salah satu kekhawatiran manusia yang paling puncak di abad mutakhir ini adalah hancurnya rasa kemanusiaan manusia dan hilangnya semangat religius dalam segala aktifitas kehidupannya.

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di satu sisi telah menciptakan berbagai kemudahan hidup dan meningkatkan kesejahteraan yang bersifat materiil, tetapi di sisi lain teknologi modern juga telah menyeret manusia pada kegersangan dan kebutaan spiritual. Dalam situasi seperti ini, transformasi nilai-nilai etika ilahiyah melalui lembaga pendidikan memegang peranan yang signifikan dalam ikut meluruskan penyimpangan-penyimpangan akibat eksese negatif IPTEK.

Orientasi dasar dari pendidikan yang berbasis agama adalah upaya memanusiaikan manusia dengan menekankan harmonisasi hubungan, baik dengan sesama manusia maupun dengan lingkungan alamnya, yang ditopang dengan nilai-nilai ilahiyah. Pendidikan berwawasan kemanusiaan berarti bahwa pendidikan harus memandang manusia sebagai subjek pendidikan bukan sebaliknya menjadi objek. Oleh karena itu pendidikan dimaksudkan sebagai upaya memperkenalkan manusia akan eksistensi dirinya, baik sebagai diri pribadi yang memiliki ‘*hurriyatul iradah*’ maupun sebagai hamba Allah yang terikat oleh hukum normatif/syari’ah.

Lembaga pendidikan tinggi Islam pada umumnya masih mengikuti platform keilmuan Islam klasik yang didominasi oleh ‘*ulum al-syar’iyyah*’. Memasuki periode modern, tradisi itu mengalami kesenjangan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah sangat kuat mempengaruhi umat manusia hingga kini.

Kesenjangan itu telah menghadapkan dunia pendidikan tinggi Islam menghadapi tiga situasi buruk: pertama, lahirnya dikhotomi yang berkepanjangan antara ilmu agama dan ilmu umum, kedua, keterasingan pengajaran ilmu-ilmu agama dari realitas kemodernan, dan ketiga, menjauhnya kemajuan ilmu pengetahuan dengan nilai-nilai agama. Merespon ketiga situasi tersebut, di antara para sarjana muslim modern ada yang mengusulkan perlunya usaha pemaduan ilmu-ilmu agama dengan ilmu-ilmu modern. Terkait dengan permasalahan di atas, PTAI di Indonesia juga memberikan respon yang masih agak lambat dengan melakukan sejumlah langkah perubahan dan pembenahan.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu Fakultas yang dimiliki IAIN Purwokerto, di samping Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Kependidikan, Fakultas Syari’ah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora. Hal ini terjadi setelah terjadi proses transformasi STAIN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto ditandai dengan diterbitkannya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 139 Tahun 2014 tanggal 17 Oktober 2014, kemudian seremonial peresmian transformasi institusi tanggal 19 Desember 2014 diresmikan

oleh Presiden Jokowi di Istana Negara Jakarta dilanjutkan dengan Launching IAIN Purwokerto dihadiri Menteri Agama Republik Indonesia H. Lukman Hakim Saifuddin pada tanggal 26 Mei 2015 dibuktikan dengan penandatanganan prasasti peresmian gedung rektorat IAIN Purwokerto sebagai lambang pusat tata kelola institusi. Pada proses transformasi ini IAIN Purwokerto terdapat lima fakultas penyangga institusi yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Kependidikan, Fakultas Dakwah dan komunikasi Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum Islam, Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki jurusan Ekonomi Syari'ah, Perbankan Syari'ah untuk strata satu dan untuk program Manajemen Perbankan Syari'ah merupakan program Diploma tiga. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki tanggungjawab untuk menerjemahkan ilmu keislaman dan sosial pada tatanan praktis (humanisasi ilmu-ilmu Keislaman). Hal ini mendorong Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membenahi *soft skill* mahasiswanya dengan melakukan upaya sistematis praktis dan integralistis melalui penguasaan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritis dan praktis. Hal ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pemikiran serta mampu memberikan *problem solving* pada permasalahan ekonomi, sosial dan kemasyarakatan.

Pendirian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tidak dapat dilepaskan dari pesatnya pertumbuhan sektor ekonomi yang berbasis syari'ah seperti perbankan syari'ah, asuransi syari'ah (*takaful*), lembaga keuangan mikro syariah, perhotelan, dan bisnis lainnya yang pengelolaannya dilakukan secara syari'ah. Industri perbankan syariah yang ditargetkan mencapai market *share* lima persen membuat pengembangan pendidikan Ekonomi Islam harus selaras dengan kebutuhan masyarakat. Target tersebut harus didukung pula oleh Sumber Daya Manusia yang berkualitas, sehingga diperlukan banyak penambahan SDM baru.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membuat ajang *intellectual exercise* dan berusaha berkontribusi terhadap ilmu pengetahuan yang bisa diakses secara luas oleh masyarakat dengan menerbitkan jurnal El-Jizya

yang memfokuskan kajian pada bidang ekonomi syari'ah dan perbankan syari'ah. Lahirnya jurnal tersebut, diharapkan menjadi eksplorasi bagi sivitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto sehingga keunggulan intelektual mampu menjadi *agen of change*.¹⁰⁵

4. Visi dan Misi FEBI IAIN Purwokerto

a. Visi

“Unggul, Islami, dan Berbudi Luhur”

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis Islam yang unggul, profesional dan pelayanan prima.
- 2) Menjadikan riset center dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 3) Menyelenggarakan Pengabdian pada masyarakat melalui program kemitraan dan kerjasama.
- 4) Mencetak lulusan yang mandiri dengan bekal ilmu pengetahuan, *hard skill* dan *soft skill*.
- 5) Menghasilkan sarjana yang berintegritas dan Islami.¹⁰⁶

5. Tujuan FEBI IAIN Purwokerto

- a. Melahirkan jurusan dan program studi yang unggul dan mampu bersaing di tingkat nasional.
- b. Menghasilkan lulusan yang kreatif, inovatif dan profesional di bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- c. Menghasilkan lulusan yang memiliki keunggulan dalam pengetahuan, *hard skill* dan *soft skill* sesuai dengan tuntutan *stakeholder* (pengguna lulusan) dan mampu berkompetisi di tingkat nasional.
- d. Menghasilkan iklim akademik yang sinergis, berkelanjutan fakultas dengan sistem informasi manajemen integral berbasis ICT.
- e. Melahirkan Sumber Daya Manusia yang berbudaya organisasi dan adaptif terhadap perubahan zaman.

¹⁰⁵ “Sejarah FEBI IAIN Purwokerto”, <http://febi.iainpurwokerto.ac.id>, diakses pada 17 Juni 2018 Pukul 10.51.

¹⁰⁶ “Visi dan Misi FEBI IAIN Purwokerto”, <http://febi.iainpurwokerto.ac.id>, diakses pada 17 Juni 2018 Pukul 10.55.

- f. Menghasilkan karya ilmiah dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam yang dipublikasikan dalam jurnal.
 - g. Menjadikan FEBI sebagai pusat penelitian bagi pengembangan ilmu-ilmu ekonomi dan bisnis Islam dengan mendirikan pusat Data dan Riset Ekonomi Bisnis Islam.
 - h. Menjadikan lembaga-lembaga nasional dan internasional sebagai mitra kerjasama dalam bidang keilmuan dan teknologi yang berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.
 - i. Menjalin kerjasama dengan alumni untuk membentuk jaringan kerjasama dalam meningkatkan kualitas outcome.
 - j. Menghasilkan lulusan yang memiliki kemandirian dalam ekonomi dan bisnis Islam.
 - k. Melahirkan output yang berbudi luhur, berjiwa *entrepreneurship* dan berintegritas.¹⁰⁷
6. Lambang dan Bendera FEBI IAIN Purwokerto

Gambar 4.1

Lambang dan Bendera FEBI



a. Lambang

Lambang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto sama dengan lambang IAIN Purwokerto dengan ditambah kalimat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di bawah lambang tersebut.

b. Bendera

¹⁰⁷ “Tujuan FEBI IAIN Purwokerto”, <http://febi.iainpurwokerto.ac.id>, diakses pada 17 Juni 2018 Pukul 10.57.

Bendera Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berwarna Merah Muda yang melambangkan Kepercayaan (*Trust*), Ketegasan, Keteraturan dan Kepedulian dengan lambang IAIN Purwokerto di tengahnya dan tulisan “Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” di bawah lambang tersebut.

7. Struktur Organisasi FEBI IAIN Purwokerto

Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto adalah sebagai berikut:

Dekan	: Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
Wadek I	: Iin Solikhin, M.Ag.
Wadek II	: Ahmad Dahlam, M.S.I.
Wadek III	: Drs. Atabik, M.Ag.
Ketua Jurusan ES	: Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
Ketua Jurusan PS	: Yoiz Shofawa Safrani, M.Si.
Kaprodi MAZAWA	: Rahmini Hadi, M.Si.
Kepal Laboratorium	: Chandra Warsito, M.Si.
Sekretaris Jurusan	: Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.
Kaprodi ES	: Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
Kaprodi PS	: Yoiz Shofawa Safrani, M.Si.
Kaprodi MAZAWA	: Rahmini Hadi, M.Si.
Kaprodi D3 MPS	: H. Sochimim, Lc., M.Si.
Tenaga Kependidikan	
Kabag Tata Usaha	: Nurkhikmah, M.Si.
Kasubag AUK	: Resti Susanti, S.E.
Kasubag AKA	: Siti Faizah, S.H.

8. Jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto¹⁰⁸

Tabel 4.1

Jumlah Mahasiswa FEBI

Jurusan	Jumlah
ES	713
MPS	168

¹⁰⁸ Kasubbag Akademik IAIN Purwokerto tahun 2018.

PS	351
MZW	44
Total	1276

Sumber: Kasubbag Akademik IAIN Purwokerto tahun 2018

O. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto sebanyak 93 mahasiswa yang dipilih secara acak. Terdapat dua karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian, yaitu berdasarkan jenis kelamin dan jurusan. Dua karakteristik tersebut adalah sebagai berikut:

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang didapat dari penyebaran kuesioner, diperoleh data mengenai jenis kelamin responden sebagai berikut:

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	22	23,7%
2	Perempuan	71	76,3%
Jumlah		93	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 22 responden atau 23,7% dari total responden dan sisanya, yakni berjumlah 71 responden atau 76,3% berjenis kelamin perempuan. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini didominasi oleh mahasiswa berjenis kelamin perempuan.

2. Responden Berdasarkan Jurusan

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang didapat dari penyebaran kuesioner, diperoleh data mengenai responden berdasarkan jurusan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Jumlah	Presentase
1	ES	51	54,9%
2	MPS	24	25,8%
3	PS	14	15,0%
4	MZW	4	4,3%
Jumlah		93	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa nama jurusan responden meliputi: Jurusan Ekonomi Syariah (ES) dengan jumlah 51 responden atau 54,9%, Jurusan Manajemen Perbankan Syariah (MPS) dengan jumlah 24 responden atau 25,8%, Jurusan Perbankan Syariah (PS) dengan jumlah 14 responden atau 15,0%, dan Jurusan Manajemen Zakat Wakaf (MZW) dengan jumlah 4 responden atau 4,3%. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini didominasi oleh mahasiswa dari Jurusan Ekonomi Syariah (ES).

P. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas

a. Hasil Uji Validitas Instrumen Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Untuk hasil perhitungan validitas variabel status sosial ekonomi orang tua yang diperoleh dari hasil skor angket yang diberikan kepada 93 responden dengan bantuan SPSS 16.0 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Instrumen Status Sosial Ekonomi Orang Tua

No Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0,471	0,170	Valid
2	0,509	0,170	Valid
3	0,629	0,170	Valid
4	0,373	0,170	Valid

5	0,530	0,170	Valid
6	0,332	0,170	Valid
7	0,453	0,170	Valid
8	0,423	0,170	Valid
9	0,432	0,170	Valid
10	0,424	0,170	Valid
11	0,374	0,170	Valid
12	0,321	0,170	Valid
13	0,360	0,170	Valid
14	0,159	0,170	Tidak Valid
15	0,096	0,170	Tidak Valid
16	0,190	0,170	Valid
17	0,222	0,170	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan uji validitas pada variabel independen status sosial ekonomi orang tua dinyatakan valid jika memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} . Nilai r_{tabel} pada penelitian ini yaitu 0,170, yang didapatkan apabila jumlah respondennya sebanyak 93 orang, maka r_{tabel} yang digunakan sebagai acuan untuk penentu validitas instrumen yaitu 0,170. Sedangkan nilai signifikan yang digunakan oleh peneliti yaitu 5%.

Sehingga dari tabel di atas, dapat diketahui butir instrumen mana yang valid dan tidak valid. Untuk instrumen yang valid yaitu sebanyak 15 item dan instrumen yang tidak valid sebanyak 2 item. Kemudian, untuk instrumen yang tidak valid tidak digunakan saat melakukan penelitian.

b. Hasil Uji Validitas Instrumen Gaya Hidup

Hasil uji validitas variabel penelitian gaya hidup yang diberikan pada 93 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Instrumen Gaya Hidup

No Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0,534	0,170	Valid

2	0,605	0,170	Valid
3	0,710	0,170	Valid
4	0,792	0,170	Valid
5	0,803	0,170	Valid
6	0,771	0,170	Valid
7	0,821	0,170	Valid
8	0,715	0,170	Valid
9	0,739	0,170	Valid
10	0,740	0,170	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan uji validitas pada variabel independen gaya hidup dinyatakan valid jika memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} . Nilai r_{tabel} pada penelitian ini yaitu 0,170, yang didapatkan apabila jumlah respondennya sebanyak 93 orang, maka r_{tabel} yang digunakan sebagai acuan untuk penentu validitas instrumen yaitu 0,170. Sedangkan nilai signifikan yang digunakan oleh peneliti yaitu 5%.

Hasil perhitungan uji validitas menggunakan bantuan spss 16.0 menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yang berarti dinyatakan valid dan dapat digunakan saat melakukan penelitian.

c. Hasil Uji Validitas Instrumen Perilaku Konsumtif

Hasil uji validitas variabel penelitian perilaku konsumtif yang diberikan pada 93 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Instrumen Perilaku Konsumtif

No Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0,300	0,170	Valid
2	0,726	0,170	Valid
3	0,638	0,170	Valid
4	0,574	0,170	Valid
5	0,647	0,170	Valid
6	0,632	0,170	Valid
7	0,679	0,170	Valid

8	0,653	0,170	Valid
9	0,570	0,170	Valid
10	0,480	0,170	Valid
11	0,543	0,170	Valid
12	0,451	0,170	Valid
13	0,511	0,170	Valid
14	0,624	0,170	Valid
15	0,601	0,170	Valid
16	0,748	0,170	Valid
17	0,583	0,170	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan uji validitas pada variabel dependen perilaku konsumtif dinyatakan valid jika memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} . Nilai r_{tabel} pada penelitian ini yaitu 0,207, yang didapatkan apabila jumlah respondennya sebanyak 93 orang, maka r_{tabel} yang digunakan sebagai acuan untuk penentu validitas instrumen yaitu 0,207. Sedangkan nilai signifikan yang digunakan oleh peneliti yaitu 5%.

Hasil perhitungan uji validitas menggunakan bantuan spss 16.0 menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yang berarti dinyatakan valid dan dapat digunakan saat melakukan penelitian.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur sebuah kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini untuk menguji reliabilitas instrumen digunakan rumus *alpha* yang dikemukakan oleh *Cronbach*. Metode jenis ini merupakan suatu metode untuk mencari reliabilitas internal (*internal consistency*).¹⁰⁹ Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika memberikan nilai *cronbach alpha* di atas 0,6.

¹⁰⁹ Usman Rianse, Abdi, *Metodologi penelitian Sosial dan ekonomi (Teori dan Aplikasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 180.

Tabel 4.7
Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	Alpa	Katerangan
1	Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_1)	0,643	Reliabel
2	Gaya Hidup (X_2)	0,898	Reliabel
3	Perilaku Konsumtif (Y)	0,879	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua item dalam status sosial ekonomi orang tua, gaya hidup, dan perilaku konsumtif dinyatakan reliabel, karena masing-masing variabel r_{alpa} lebih besar dari r_{tabel} .

Q. Analisis Kuantitatif

1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variable bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).¹¹⁰ Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perhitungan statistik dalam analisis ini adalah menggunakan bantuan program komputer SPSS 16.0. Adapun hasil pengolahannya adalah sebagai berikut:

IAIN PURWOKERTO

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.522	4.079		5.522	.000
	Status Sosial Eonomi Orang Tua	.293	.128	.196	2.296	.024

¹¹⁰ Rohmad, Supriyanto, *Pengantar Statistika*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), hlm. 184.

Gaya Hidup	.742	.108	.587	6.857	.000
------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
 Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari tabel coefficients diatas dapat diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 22,522 + 0,293X_1 + 0,742X_2$$

Dimana:

X_1 = Status Sosial Ekonomi Orang Tua

X_2 = Gaya Hidup

Y = Perilaku Konsumtif

Model persamaan regresi berganda di atas dapat menjelaskan bahwa, apabila variabel bebas yaitu status sosial ekonomi orang tua mengalami kenaikan 1 tingkat akan diikuti dengan kenaikan perilaku konsumtif sebesar 2,93 tingkat dan apabila variabel bebas gaya hidup mengalami kenaikan 1 tingkat akan diikuti dengan kenaikan perilaku konsumtif sebesar 7,42 tingkat.

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (*R Square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen:

Tabel 4.9

Nilai Koefisien Korelasi

Nilai Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 257.

Tabel 4.10

Hasil Koefisien Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	.482	5.974

a. Predictors: (Constant), Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil Perhitungan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa nilai *R Square* adalah 0,493 termasuk kategori sedang. Ini berarti bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup mampu menentukan perilaku konsumtif mencapai 49,3% ($0,493 \times 100\%$) dan sisanya 50,7% ($0,507 \times 100\%$) ditentukan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Untuk itu perlu pengembangan penelitian lebih lanjut, terkait dengan topik dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah secara individual atau parsial ada pengaruh antara variabel-variabel bebas atau independen dengan variabel terkait atau dependen. Hasil perhitungan uji t dengan menggunakan aplikasi SPSS 16 dapat diketahui pada tabel regresi berikut ini:

Tabel 4.11

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.522	4.079		5.522	.000

Status Sosial Ekonomi Orang Tua	.293	.128	.196	2.296	.024
Gaya Hidup	.742	.108	.587	6.857	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pengujian b_1 (Status Sosial Ekonomi Orang Tua)

Pengujian b_1 sebagai berikut:

6) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = 0$$

Tidak ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif.

$$H_a : b_1 \neq 0$$

Ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif.

7) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan $(\alpha) = 0,05$

8) Menentukan t_{hitung} dan t_{tabel}

c) t_{hitung} adalah 2,296 (lihat pada tabel Coefficients)

d) t_{tabel} dapat dilihat pada taraf signifikansi 0,05 dimana $df = \text{jumlah sampel} - \text{jumlah variabel} = 93 - 2 = 91$. Oleh karena itu, nilai t_{tabel} pada $df = 91$ adalah 1,66.

9) Pengambilan keputusan

H_0 : diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif.

H_0 : ditolak jika $t_{hitung} (2,296) \geq t_{tabel} (1,66)$, artinya ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif.

10) Kesimpulan

Dapat diketahui $t_{hitung} (2,296) \geq t_{tabel} (1,66)$ jadi hipotesis nol ditolak, artinya ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif.

Pengujian b_2 (Gaya Hidup)

Pengujian b_2 sebagai berikut:

6) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = 0$$

Tidak ada pengaruh variabel gaya hidup secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif.

$$H_a : b_1 \neq 0$$

Ada pengaruh variabel gaya hidup secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif.

7) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan $(\alpha) = 0,05$

8) Menentukan t_{hitung} dan t_{tabel}

e) t_{hitung} adalah 6,857 (pada tabel Coefficients)

f) t_{tabel} dapat dilihat pada taraf signifikansi 0,05 dimana $df = \text{jumlah sampel} - \text{jumlah variabel} = 93 - 2 = 91$. Oleh karena itu, nilai t_{tabel} pada $df = 91$ adalah 1,66.

9) Pengambilan keputusan

H_0 : diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh variabel gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

H_0 : ditolak jika $t_{hitung} (6,857) \geq t_{tabel} (1,66)$, artinya ada pengaruh variabel gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

10) Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa $t_{hitung} (6,857) \geq t_{tabel} (1,66)$ jadi hipotesis nol ditolak, artinya ada pengaruh variabel gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

b. Hasil Uji Simultan (uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Hasil perhitungan uji F dengan menggunakan aplikasi SPSS 16 dapat diketahui pada tabel regresi berikut ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji F

ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3129.215	2	1564.608	43.844	.000 ^a
Residual	3211.709	90	35.686		
Total	6340.925	92			

a. Predictors: (Constant), Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data primer diolah, 2018

Prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut:

6) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Tidak ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

7) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan (α) = 0,05

8) Menentukan F_{hitung} dan F_{tabel}

a) F_{hitung} 43,844 (lihat pada tabel ANOVA)

b) F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan $df_1 = \text{jumlah variabel} - 1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = \text{jumlah sampel} - \text{jumlah variabel} = 93 - 3 = 90$. Didapat F_{tabel} sebesar 3,10.

9) Pengambilan keputusan

H_0 : diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

H_0 : diterima jika $F_{hitung} (43,844) \geq F_{tabel} (3,10)$, artinya ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

10) Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa $t_{hitung} (43,844) \geq F_{tabel} (3,10)$ jadi hipotesis nol ditolak, artinya ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

R. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto.

1. Pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil pengujian secara parsial terhadap status sosial ekonomi orang tua diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,293. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui t_{hitung} sebesar 2,296 dengan nilai signifikansi 0,024, karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas $0,024 \leq 0,05$ maka hipotesis nol ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif pada Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto.

Hubungan ini diperkuat dengan wawancara dari beberapa mahasiswa yang peneliti pilih karena memiliki orang tua dengan tingkat status sosial ekonomi menengah ke atas. Menyatakan bahwa mereka sering melakukan pemborosan dalam mengisi waktu luang untuk berbelanja yang sifatnya kurang penting.¹¹¹ Berbanding terbalik dengan mahasiswa yang status sosialnya rendah, dimana cenderung untuk hemat dalam membeli sesuatu dan berfikir untuk hari esoknya.

Sesuai dengan teori yang dikatakan oleh Rika Pristian mengutip Engel, Blackwell dan Minard bahwa “status sosial ekonomi (kelas sosial) seseorang akan mempengaruhi pola konsumsinya”. Hal ini berarti semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua maka peluang untuk berkonsumsi

¹¹¹ Wawancara yang dilakukan pada hari Rabu, 4 April 2018.

semakin banyak. Seseorang yang memiliki status sosial ekonomi yang tinggi akan sangat berbeda dalam hal memilih suatu barang atau jasa jika dibandingkan dengan status sosial ekonomi seseorang yang rendah. Namun alangkah lebih baiknya jika kita bijak dalam memilih suatu barang atau jasa dengan menghitung antara pendapatan dan pengeluaran serta berlaku cermat dan rasional.

2. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil pengujian secara parsial terhadap gaya hidup diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,742. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui t_{hitung} sebesar 6,857 dengan nilai signifikansi 0,000, karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas $0,000 \leq 0,05$ maka hipotesis nol ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin mewah gaya hidup seseorang akan meningkatkan perilaku konsumtifnya. Sebaliknya jika menurunnya gaya hidup seseorang maka akan menurun pula tingkat perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto.

Hubungan ini diperkuat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Mahasiswa Fakultas dan Bisnis Islam yang menyatakan bahwa mereka selalu mengikuti trend-trend *Fashion*. Mereka juga menambahkan bahwa dengan menggunakan barang-barang bermerek akan lebih menambah rasa percaya diri mereka.¹¹²

Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dalam penelitian yang dilakukan oleh Rika Pristian bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, opininya, yang berarti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Dengan gaya hidup yang mewah, kebutuhan mahasiswa akan barang dan jasa semakin menjadi mewah. Mahasiswa tidak memikirkan

¹¹² Wawancara yang dilakukan pada hari Rabu, 4 April 2018.

lagi skala prioritas untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini cenderung dilakukan pada mahasiswa dengan tingkat pendapatan menengah ke atas. Apabila gaya hidup mewah tidak diantisipasi dan dikontrol oleh idealisme mahasiswa dan orang tua, maka mahasiswa telah menanamkan perilaku konsumtif pada diri mereka.

3. Pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Dari hasil pengujian secara simultan pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, pada taraf signifikansi diperoleh nilai $F_{hitung} (43,844) \geq F_{tabel} (3,10)$ maka hipotesis nol ditolak, maka peneliti mampu membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto. Pengujian analisis regresi berganda tersebut dapat diketahui bahwa model regresi sudah tepat digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian ini, dibuktikan dari hasil uji validitas dan reliabilitas data valid dan dapat digunakan untuk penelitian ini. Adapun setiap variabel independen memiliki koefisien regresi positif, hal ini berarti setiap kenaikan variabel independen akan diikuti oleh kenaikan variabel dependen, begitu pula sebaliknya setiap penurunan variabel independen akan diikuti oleh penurunan variabel dependen.

Hubungan ini diperkuat dengan hasil wawancara yang telah penulis lakukan bahwa mereka sering melakukan pembelian secara tiba-tiba dan melakukan pemborosan. Hal ini sering mereka lakukan jika melihat barang-barang yang menarik. Namun seharusnya dalam melakukan konsumsi seseorang harus melihat nilai manfaat dari barang tersebut.¹¹³

Dalam pandangan Islam salah satu perilaku konsumsi yang dilarang adalah konsumsi yang berlebih-lebihan atau menghambur-hamburkan karena sesuatu yang berlebih-lebihan merupakan hal yang tidak baik. Hal ini tertera pada QS. Al-A'raf ayat 31 sebagai berikut:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

¹¹³ Wawancara yang dilakukan pada hari Rabu, 4 April 2018.

Artinya: “*Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan*”.¹¹⁴

Maksud dari ayat tersebut adalah seorang manusia dilarang untuk memiliki sikap berlebih-lebihan dalam segala sesuatu, baik dalam membelanjakan harta yang dimiliki, janganlah makan dan minum sampai melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas halal haramnya makanan dan minuman.

Selain ayat di atas Islam juga melarang untuk bersikap berlebih-lebihan, hal tersebut di jelaskan dalam QS. Al-Isra’ ayat 27 sebagai berikut:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “*Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya*”.¹¹⁵

Maksud dari ayat tersebut adalah seorang manusia yang melakukan sikap pemborosan tindakan yang serupa dengan setan. Kegiatan pemborosan adalah membelanjakan harta bukan pada hal dan jalan yang benar dan bukan untuk hal yang dibutuhkan oleh manusia. Konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang setara dengan banyaknya pendapatan, sehingga pendapatan habis, karena mereka memiliki kebutuhan jangka pendek (di dunia) dan kebutuhan jangka panjang (di akhirat). Namun kebanyakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sering melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa melihat nilai manfaatnya dan mereka sering melakukan pemborosan.

¹¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*, (Jakarta: Mikraj & Wali, 2013).

¹¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*, (Jakarta: Mikraj & Wali, 2013).

BAB V PENUTUP

S. Kesimpulan

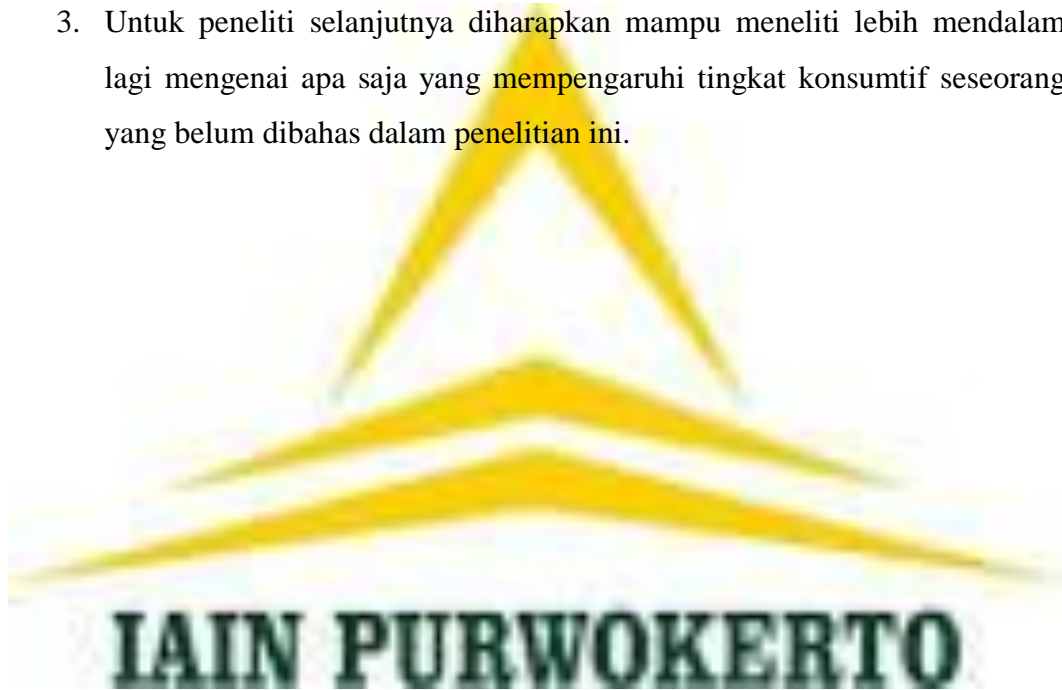
Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,293. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui t_{hitung} sebesar 2,296 dengan nilai signifikansi 0,024, karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas $0,024 \leq 0,05$ maka hipotesis nol ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif pada Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto.
2. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif diperoleh koefisien regresi sebesar 0,742. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui t_{hitung} sebesar 6,857 dengan nilai signifikansi 0,000, karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas $0,000 \leq 0,05$ maka hipotesis nol ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin mewah gaya hidup seseorang akan meningkatkan perilaku konsumtifnya Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto.
3. Hasil pengujian secara simultan pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, pada taraf signifikansi diperoleh nilai $F_{hitung} (43,844) \geq F_{tabel} (3,10)$ dengan taraf signifikansi 0,000. Karena nilai signifikai F sebesar $0,000 \leq 0,05$ maka hipotesis nol ditolak, maka peneliti mampu membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto.

T. Saran

Setelah mengambil simpulan dari pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto, agar lebih baik dimasa mendatang, penulis akan menyampaikan saran antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mahasiswa agar lebih rasional dan cermat dalam melakukan konsumsi, yaitu untuk terlebih dahulu memenuhi kebutuhannya daripada keinginannya.
2. Untuk penelitian selanjutnya agar lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian harus sesuai dengan judul yang diambil untuk penelitian.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti lebih mendalam lagi mengenai apa saja yang mempengaruhi tingkat konsumtif seseorang yang belum dibahas dalam penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Adian, Donny Gahral dkk. 2015. *Resistensi Gaya Hidup Teori dan Realitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Alfiati, Bintana dan Riza Yonisa Kurniawan. “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS MAN Sidoarjo”. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Amstrong, Gary & Kotler. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Ancok, Djamaludin. 1995. *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Aprilia, Dewi & Hartoyo. “Analisis Sosiologi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung”. *Jurnal UNILA*. Vol. 15, No. 1, 2014.
- Aprilia, Winda, dkk. “Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Keluarga dan Economic Literacy Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa”. *Jurnal Pendidikan Humaniora*. Vol. 3 No. 1 Maret 2015.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Manajemen Penelitian (Suatu pendekatan Praktik)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, Rika Pristian Fitri. “Pengaruh Status Sosial Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Pendidikan IKIP PGRI Bojonegoro”. *Jurnal Edutama*. Vol. 3, No. 2, Juli 2016.
- Auliya, Luthiyatul. “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)”. Purwokerto: IAIN Purwokerto. 2017.
- Bundati, Hartiyani Sadu, Mintasih & Muhammad Sabandi. “Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS”. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Citra F, Ade dan Dewi Ayu H. “Pengaruh Status Sosial ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Anak (Studi kasus di SMA Negeri 4 Bandar Lampung)” *Jurnal Sosiologi*. Vol. 1, No. 4.
- Departemen Agama RI. 2013. *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*. Jakarta: Mikraj & Wali.

- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hasnira, “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar”. Makasar: UIN Alauddin. 2017.
- Inawati, Indah dkk. “Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013”. *Jurnal Penelitian UNS*. Vol. 2, No. 1, 2013.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Isna, Alizar dan Warto. 2013. *Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial: dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*. Purwokerto: STAIN Press.
- Juliana, “Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan”. Pontianak: Universitas Tanjungpura. 2013.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif (Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi)*. Yogyakarta: UPP YPKN.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mowen, John C, dan Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Murniatiningsih, Endah. “Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Smp Negeri Di Surabaya Barat”. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. Vol. 5 No. 1.
- Nuriah, Silvia. “Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Image Terhadap Konsumsi”. Makalah: Oktober 2014.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyanto, Duwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*. Yogyakarta: Gava Media.

- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metode Penelitian (Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rianse, Usman dan Abdi. 2012. *Metodologi penelitian Sosial dan ekonomi (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Rohmad, Supriyanto. 2015. *Pengantar Statistika*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar dan Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Elly M dan Usman Kolip. 2015. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sitepu, Novi Indriyani. "Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia". *Jurnal Perspektif Ekonomi Islam Darussalam*. Vol. 2, No. 1, Maret 2016.
- Soekanto, Soerjono. 1982. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Radar Jaya Offset.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Barupress.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suyanto, Begong. 2014. *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana Pramedia Group.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press.

Wahidah, Nurul. “Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN”. Pontianak: Universitas Tanjungpura. 2013.

Wardani, Meida Devi. “Hubungan Antar Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri”. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Widodo, Antoni. “Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi kasus mahasiswi P. IPS UIN Syarif Hidayatullah)”. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2015.

Willis, Sofyan S. 2010. *Remaja dan Masalahnya Mengupas Berbagai Bentuk Kenakalan Remaja Seperti Narkoba, Free Sex dan Pemecahannya*. Bandung: Alfabeta.

Wirawan, Yahya Reka. “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi dan Perilaku Konsumsi Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Jurusan IPS di SMA Negeri Kota Jombang Tahun Ajaran 2013/2014)”. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. Vol. 3. No. 1, 2015.

<https://sitinovianti.wordpress.com>, diakses 2 Februari 2018.

<http://febi.iainpurwokerto.ac.id>, diakses pada 17 Juni 2018 Pukul 10.51.

<http://iainpurwokerto.ac.id>, diakses pada 17 Juni 2018 Pukul 10.45.

IAIN PURWOKERTO