

## **PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KONSUMSI ISLAMI DI KELURAHAN TUNGKAL III.**

**Nida El Husna; Abd. Rahim Saidek; Sri Kasnelly**  
Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah,  
Sekolah Tinggi Agama Islam An-Nadwah Kuala Tungkal

### **Abstrak**

Manusia sering juga disebut dengan makhluk sosial dan makhluk ekonom, yang sehari-hari melakukan suatu kegiatan yang berhubungan dengan ekonomi. Manusia membutuhkan pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan demi memenuhi kebutuhan dan keinginannya, manusia harus memiliki suatu perilaku konsumen yang dapat mengontrol semua kebutuhan dan keinginannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh perilaku konsumen terhadap konsumsi Islami di Kelurahan Tungkal III, dan untuk mengetahui berapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap konsumsi Islami di Kelurahan Tungkal III. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Objek penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Tungkal III dengan populasi 345 dan sampel 78 di mana terdapat 30 responden yang berjenis kelamin laki-laki dan 48 responden yang berjenis kelamin perempuan. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel perilaku konsumen terhadap konsumsi Islami yaitu sebesar 8,586. Dan perilaku konsumen memiliki pengaruh terhadap konsumsi Islami sebesar 0,492 atau 49,2%.

**Kata Kunci:** *Perilaku Konsumen, Konsumsi Islami*

### **A. PENDAHULUAN**

Islam memberikan arahan yang sangat indah dengan memperkenalkan konsep israf (berlebih-lebih) dalam membelanjakan harta dan tabzir. Islam memperingatkan agen ekonomi agar jangan sampai terlena dalam berlomba-lomba mencari harta.<sup>1</sup> Perbincangan masalah perilaku erat hubungannya dengan objek yang studinya diarahkan pada permasalahan manusia. Dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa seorang manusia memiliki berbagai macam perilaku dalam menjalankan kegiatannya.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa

---

<sup>1</sup>Mustafa Edwin Nasutiondkk. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, ( Jakarta : Prenadamedia Group, 2006), hlm. 65.

yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku kosumen juga berarti cara konsumen mengeluarkan sumber dayanya yang terbatas, seperti uang, waktu, dan tenaga untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan demi kepuasannya.<sup>2</sup>

Di dalam siklus ekonomi yang bermula dengan perolehan kekayaan, konsumsi merupakan tahap yang terakhir dan paling penting. konsumsi bermakna membelanjakan kekayaan untuk memenuhi keinginan manusia seperti makanan, pakaian, perumahan, barang-barang kebutuhan sehari-hari pendidikan, kesehatan, kebutuhan pribadi maupun keluarga lainnya. Tidak ada batasan bagi keinginan manusia yang tak pernah merasakan suatu kepuasan. Mengingat hal tersebut seseorang harus lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi kekayaannya.<sup>3</sup>

Selama beberapa dekade negara-negara muslim telah mengikuti suatu pola konsumsi yang dijiplak dari budaya konsumen barat yang mengukur nilai seseorang berdasarkan kemewahan hidup dan frekuensi belanja. Dengan begitu gaya hidup mahal yang bahkan beberapa negara industri yang kaya pun hampir tidak menjangkaunya. Ini bersamaan dengan sejumlah kebiasaan yang berlangsung sejak lahir sampai mati, telah mengarah pada pola konsumsi yang tidak realistis dan tidak berdasar dipandang dari sudut pandang nilai-nilai Islam dan sumber dayanya.

Dalam suatu kehidupan manusia memiliki tiga kebutuhan pokok yaitu: Pertama, adalah kebutuhan primer, yakni nafkah-nafkah pokok manusia yang dapat mewujudkan lima tujuan syariat. Kebutuhan ini meliputi kebutuhan akan makan, minum, tempat tinggal, kesehatan, rasa aman, pengetahuan dan pernikahan. Kedua, kebutuhan sekunder, yakni kebutuhan manusia untuk memudahkan kehidupan, agar terhindar dari

---

<sup>2</sup>Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi. *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung:CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 235.

<sup>3</sup>Muhammad Sharif Chaudhry. *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 137.

kesulitan. Ketiga, adalah kebutuhan pelengkap, yakni kebutuhan yang dapat menciptakan kebaikan dan kesejahteraan dalam kehidupan manusia.<sup>4</sup>

Meski satu rumah tangga sudah mampu memenuhi sampai kebutuhan ketiga atau pelengkap, Islam tetap tidak menganjurkan bahkan mengharamkan pengeluaran yang berlebih-lebihan dan terkesan mewah, karena dapat mendatangkan kerusakan dan kebinasaan. Allah SWT berfirman :

Artinya : “Dan jika kami hendak membinasakan suatu negeri, Maka kami perintahkan kepada orang-orang yang hidup mewah di negeri itu (supaya mentaati Allah) tetapi mereka melakukan kedurhakaan dalam negeri itu, Maka sudah sepantasnya berlaku terhadapnya perkataan (ketentuan kami), Kemudian kami hancurkan negeri itu sehancur-hancurnya.” (Q.S. 17/Al-Israa:16).<sup>5</sup>

Kajian Islam tentang konsumsi sangat penting, agar seseorang berhati-hati dalam menggunakan kekayaan atau berbelanja. Suatu negara mungkin memiliki kekayaan melimpah, tetapi apabila kekayaan tersebut tidak diatur pemanfaatannya dengan baik dan ukuran masalah, maka kesejahteraan akan mengalami kegagalan. Jadi yang terpenting dalam hal ini adalah cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan yang mengandung masalah (baik dan bermanfaat), agar kekayaan tersebut dimanfaatkan pada jalan yang sebaik-baiknya untuk kemakmuran dan kemaslahatan rakyat secara menyeluruh. Demikian juga halnya dalam ekonomi individu, yang perlu diperhatikan adalah cara pemanfaatan kekayaan, barang dan jasa serta membuat pilihan-pilihan dalam mengkonsumsi barang dan jasa sesuatu.

Konsumsi yang Islami selalu berpedoman pada ajaran Islam. Diantara ajaran yang penting berkaitan dengan konsumsi adalah dengan memperhatikan halal-haramnya sesuatu yang dikonsumsi tersebut. Bukan sekedar nilai guna dan manfaat saja yang harus dijadikan ukuran melainkan

---

<sup>4</sup> Mustafa Edwin Nasution. *Op.Cit*, hlm. 66.

<sup>5</sup>Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, ( Jakarta : PT. Tanjung Mas Inti Semarang, 1992 ), hlm. 427.

juga halal haram, baik atau tidaknya sesuatu sebelum dikonsumsi.<sup>6</sup> Hal ini diingatkan oleh Allah dalam firman-Nya:

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.(Q.S. 2/Al-Baqarah : 168).<sup>7</sup>

Selain itu, perlunya memperhatikan orang lain. Dalam ajaran islam seorang muslim dilarang hidup dalam keadaan serba berlebihan sementara ada tetangganya yang menderita kelaparan. Ikhwan A. Basri dalam bukunya Menguak pemikiran ekonomi Islam Ulama klasik menjelaskan bahwa ajaran islam datang untuk mengubah gaya hidup dari yang berlebihan, flamboyan, arogan dan pamer menjadi sebuah gaya hidup yang sederhana, bersahaja dan zuhud.

Etika ilmu ekonomi islam berusaha untuk mengurangi kebutuhan material yang luar biasa sekarang ini, untuk mengurangi energi manusia dalam mengejar cita-cita spritualnya. Perkembangan batiniyah yang bukan perluasan lahiriah, telah dijadikan cita-cita tertinggi manusia dalam hidup. Tetapi semangat modern dunia barat, sekalipun tidak merendahkan nilai kebutuhan akan kesempurnaan batin, namun rupanya telah mengalihkan tekanan ke arah perbaikan kondisi-kondisi kehidupan material.<sup>8</sup>

Salah satu ketentuan Al-Qur'an dalam bidang ekonomi yang menyangkut aspek konsumsi adalah larangan untuk bertindak mubazir. Tabzir atau ishrاف artinya menghambur-hamburkan harta.<sup>9</sup> Tabzir berarti mempergunakan dengan cara yang salah, yakni untuk menuju tujuan-tujuan yang terlarang seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Setiap kategori ini mencakup beberapa jenis

---

<sup>6</sup>Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY. *Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Depok:PT. Rajawali Pers, 2017), hlm. 316.

<sup>7</sup>Departemen Agama RI.*Op.Cit*, hlm. 41.

<sup>8</sup> Abdul Aziz. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2008), hlm. 32.

<sup>9</sup> Abdul Aziz. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2008), hlm. 32.

penggunaan harta yang hampir-hampir sudah menggejala pada masyarakat yang berorientasi konsumen.<sup>10</sup> Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebihan-lebihan untuk hal yang melanggar hukum dalam suatu hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal atau bahkan sedekah. Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi yang melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap *Ishraf* dan tidak disenangi Islam.

Salah satu ciri penting dalam Islam bahwa ia tidak hanya mengubah nilai-nilai dan kebiasaan masyarakat tetapi juga menyajikan kerangka yang perlu untuk mendukung dan memperkuat tujuan-tujuan ini dan menghindari penyalgunaannya. Ciri khas Islam ini juga memiliki daya terhadap orang yang terlibat dalam pemborosan atau *tabzir*. Dalam hukum *fiqh* Islam, orang semacam itu seharusnya dikenai pembatasan-pembatasan dan bila dianggap perlu dilepaskan dan dibebaskan dari tugas mengurus harta miliknya sendiri. Dalam pandangan syariah dia seharusnya ditugaskan untuk mengurus hartanya selaku wakilnya. Atau *mubazir*, tetapi mampu menciptakan produktivitas yang optimal yang membawa maslahat dan *Rahmat Lil Alamin*.

Telah banyak penelitian terdahulu mengenai judul ini, seperti Hanifah Amaturrohim, Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Tahun 2015 “dengan judul penelitian pengaruh pendapatan dan konsumsi rumah tangga terhadap kesejahteraan keluarga petani penggarap kopi di kecamatan candiroto kabupaten temanggung”, dengan hasil penelitian pada variabel tersebut berpengaruh signifikan. Sedangkan peneliti membahas tentang pengaruh perilaku konsumen terhadap konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam. Penelitian yang ditulis oleh Hasnira, Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar Tahun 2017. “dengan judul penelitian pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat wahdah Islamiyah makassar”. Kemudian yang menjadi alasan mengapa peneliti

---

<sup>10</sup>*Ibid.* Hlm. 38.

menggunakan hasil penelitian saudari Hasnira sebagai studi relevan dikarenakan memiliki salah satu variabel yang sama yaitu konsumsi. Perbedaan penelitian Hasnira dan peneliti terletak pada variabel nya. Pada penelitian Hasnira memiliki tiga variabel sedangkan penulis memiliki dua variabel, dengan hasil penelitian terdapat pengaruh positif pendapatan, gaya hidup terhadap pola konsumsi. Sehingga penulis katakan bahwa penelitian ini sangat penting, karena fokus pada perilaku konsumen mengkonsumsi secara islami.

Menjadi permasalahan adalah banyak perilaku konsumen dalam konsumsi sekarang ini kurang sesuai dengan ajaran islam. Di mana lebih cenderung memuaskan hawa nafsunya mengkonsumsi barang bukan berdasarkan kebutuhan tetapi cenderung mengikuti keinginan. Dari observasi yang dilakukan penulis di beberapa RT Kelurahan Tungkal III di RT 03 dan 05 dimana sebagian masyarakat masih melakukan konsumsi berlebihan dan melakukan konsumsi tidak disesuaikan dengan pendapatan yang didapat sehingga banyaknya masyarakat Kelurahan Tungkal III yang memiliki hutang akibat dari konsumsi yang berlebihan ini.<sup>11</sup> Dalam hal ini penulis mewawancarai warga sekitar yang bertempat tinggal di RT 03 Kelurahan Tungkal III yang bernama Ibu Ria Agustin bahwa beberapa warga disini banyak yang melakukan kredit-kredit baju maupun uang karena pendapatan yang didapat tidak dapat mencukupi kebutuhan, sehingga ketika warga sekitar ingin memenuhi keinginannya mencari sistem kredit daripada tunai dan melakukan pinjaman uang kepada para debitur.<sup>12</sup> Penulis juga melakukan observasi di RT 05 Kelurahan Tungkal III dengan mewawancarai salah satu warga yang bernama bapak Rizal F, mengkonsumsi yang berlebihan tidak menjadi suatu masalah jika sesuai dengan uang yang dimiliki, sehingga dapat melakukan perbelanjaan sesuai dengan keinginan kita.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Observasi pada tanggal 27 maret 2018 di RT 03 Kelurahan Tungkal III.

<sup>12</sup> Wawancara. Pada tanggal 27 maret 2018 di RT 03 Kelurahan Tungkal III.

<sup>13</sup> Wawancara. Pada tanggal 27 maret 2018 di RT 05 Kelurahan Tungkal III.

Kondisi ini tidak boleh dibiarkan karena Allah sangat melarang suatu pemborosan (tabzir) yang sesuai dengan Firman Allah :

Artinya : "Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya." (Q.S. 17/Al-Israa : 26-27).<sup>14</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Kelurahan Tungkal III di Kelurahan Tungkal III RT 03 dan RT 05 dapat dirincikan penghasilan dari 77 responden dalam penelitian ini di antaranya yang memiliki penghasilan < Rp. 500.000 sebanyak 23 orang dengan persentase 29,9%, yang memiliki penghasilan Rp. 501.000-Rp. 999.000 sebanyak 15 orang dengan persentase 19,5%, yang memiliki penghasilan Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000 sebanyak 22 orang dengan persentase 28,6%, yang memiliki penghasilan Rp. 2.501.000- Rp. 5.000.000 sebanyak 8 orang dengan persentase 10,4% dan yang memiliki penghasilan > Rp. 5.001.000 sebanyak 9 orang dengan persentase 11,7%. Berdasarkan penghasilan yang diperoleh terdapat 60 orang yang berpenghasilan 0 – Rp. 2.500.000 dan 17 orang yang memiliki penghasilan Rp. 2.500.000 – 5.001.000 di mana upah minimum regional (UMR) Kabupaten Tanjung Jabung Barat sebesar Rp. 2.280.249,66 sehingga dapat dinyatakan bahwa tingkat ekonomi di Kelurahan Tungkal III masih rendah dan masih sulit untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis ingin melakukan penelitian sekaligus tulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Konsumsi Islami di Kelurahan Tungkal III”**.

---

<sup>14</sup> Departemen Agama RI.*Op.Cit*, hlm. 428.

## **B. METODE**

### **1. Pembuatan indikator**

Dasar teori untuk menentukan indikator pertanyaan dalam kuisisioner untuk perilaku konsumen, Penulis menggunakan referensi dari Danang Sunyoto, terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pilihan yaitu: a. Faktor internal, mencakup kebudayaan, kelas sosial, keluarga, b. Faktor eksternal mencakup persepsi dan kepribadian. Sedangkan untuk konsumsi dalam Islam, menggunakan referensi buku yang ditulis oleh Muhammad. menurut Mannan bahwa perintah islam mengenai konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip yaitu: a. Prinsip keadilan, b. Prinsip kebersihan, c. Prinsip kesederhanaan, d. Prinsip kemurahan hati, e. Prinsip moralitas.

Hipotesis penelitian ini adalah:  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara perilaku konsumen terhadap konsumsi Islami di Kelurahan Tungkal III,  $H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan antara perilaku konsumen terhadap konsumsi Islami di Kelurahan Tungkal III. Dalam bentuk statistik:  $H_0 \neq 0$ ;  $H_1 = 0$ .

### **2. Metode penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode deskriptif kuantitatif. Dengan teknik pengumpulan data yaitu : observasi, kuesioner (angket) dokumentasi dan wawancara.

### **3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

Adapun yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kelurahan Tungkal III. Penentuan Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin:<sup>15</sup>

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

---

<sup>15</sup> V. Wiratna Sujarweni, Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 80.

N = Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

Berikut rekapitulasi jumlah KK per RT pada penelitian ini:

Tabel 1  
Rekapitulasi Jumlah KK per RT

No	RT	Jumlah KK
1	03	171
2	05	174
Jumlah populasi		345

Mencari sampel Rt 03 dan 05 menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$1 + \frac{345}{345 (0,10)^2} = \frac{345}{4,45} = 77,528 \text{ orang/ } 78 \text{ orang.}$$

#### 4. Analisa Data

Analisis ini digunakan untuk mengkaji variabel-variabel yang ada pada penelitian ini yang terdiri dari perilaku konsumen dan konsumsi Islami. Dengan menggunakan SPSS untuk pengolahan data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan SPSS versi 24 untuk melakukan pengolahan data. Melakukan instrumen validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan menggunakan regresi linier sederhana. Persamaan regresi dirumuskan :  $Y = a + b(X)$ , dengan keterangan :

Y = Variabel Dependen

X = Variabel Independen

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

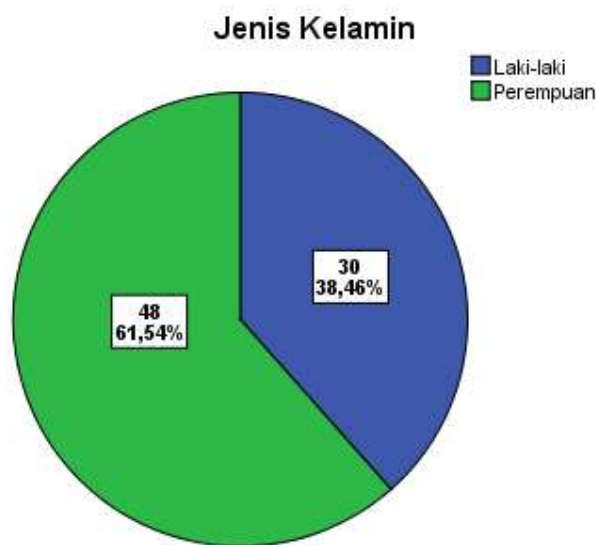
Melakukan Uji signifikansi parsial (uji t) dan Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ).

## C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Gambaran responden dalam penelitian

Responden pada penelitian ini berjumlah 78 orang yang merupakan masyarakat Kelurahan Tungkal III yang berpartisipasi dalam penelitian ini, yang selanjutnya dirincikan berdasarkan jenis kelamin, jenis pekerjaan, pendidikan serta penghasilan masyarakat Kelurahan Tungkal III.

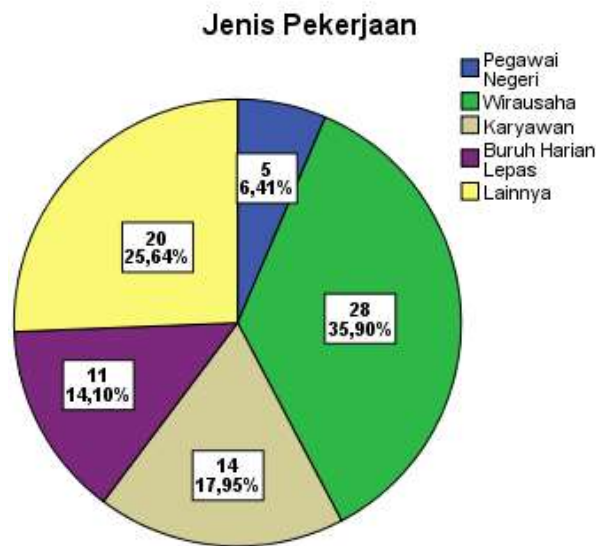
#### a. Jenis Kelamin



Gambar 1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Pada gambar 1 terlihat bahwa jenis kelamin dari 78 responden dalam penelitian ini terdiri dari 30 responden berjenis kelamin laki-laki dan 48 responden berjenis kelamin perempuan. Pada Gambar 4.1 diperoleh data dari 78 responden di Kelurahan Tungkal III, bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 30 responden dengan tingkat persentase 38,46% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 48 responden dengan tingkat persentase 61,54%.

b. Jenis Pekerjaan



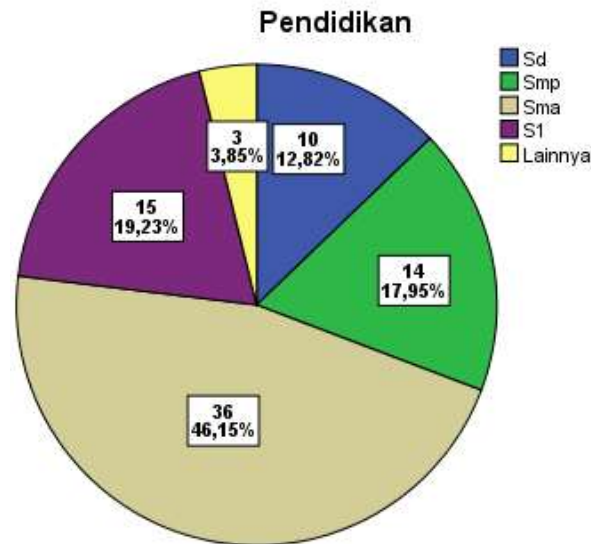
Gambar 2 Responden berdasarkan jenis pekerjaan

Pada gambar 2 terlihat bahwa jenis pekerjaan dari 78 responden pada penelitian ini memiliki jenis pekerjaan yang berbeda-beda, diantaranya pegawai negeri sipil, wirausaha, karyawan, buruh harian lepas dan sisanya sebagai honorer, guru mengaji, dan ibu rumah tangga. Pada gambar 4.2 diperoleh data dari 78 responden di Kelurahan Tungkal III, bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 5 orang dengan persentase 6,41%, wirausaha sebanyak 28 orang dengan persentase 35,90%, karyawan sebanyak 14 orang dengan persentase 17,95%, buruh harian lepas sebanyak 11 orang dengan persentase 14,10% dan sisanya memiliki pekerjaan sebagai honorer, guru mengaji dan ibu rumah tangga sebanyak 20 orang dengan persentase 25,64%.

c. Pendidikan

Dari 78 responden pada penelitian ini memiliki pendidikan, yang berbeda-beda, diantaranya tamat Sd sederajat sebanyak 10 orang dengan persentase 12,82%, tamat Smp sederajat sebanyak 14 orang dengan persentase 17,95%, tamat Sma sederajat sebanyak 36 orang dengan persentase 46,15%, tamat S1 sederajat sebanyak 15 orang

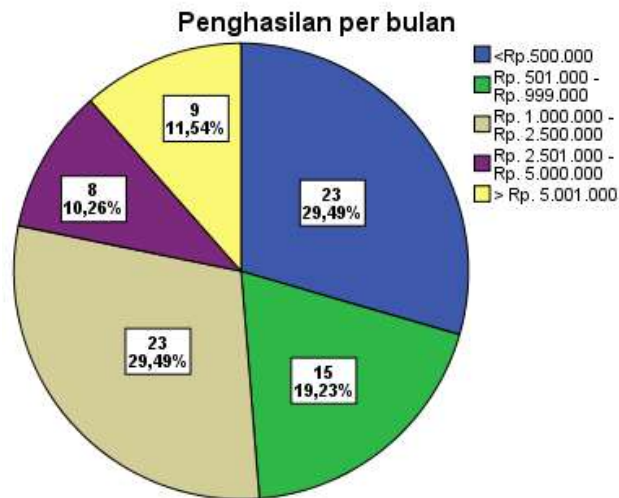
dengan persentase 19,23% dan sisanya memiliki pendidikan diploma, S2 sebanyak 3 orang dengan persentase 3,85%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini:



Gambar 3 Responden berdasarkan pendidikan

d. Penghasilan

Pada gambar 4 terlihat bahwa penghasilan dari 78 responden pada penelitian ini yang berada di Kelurahan Tungkal III memiliki penghasilan yang berbeda-beda mulai dari < Rp. 500.000 sampai > Rp. 5.001.000. yang memiliki penghasilan < Rp. 500.000 sebanyak 23 orang dengan persentase 29,49%, yang memiliki penghasilan Rp. 501.000-Rp. 999.000 sebanyak 15 orang dengan persentase 19,23%, yang memiliki penghasilan Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000 sebanyak 23 orang dengan persentase 29,49%, yang memiliki penghasilan Rp. 2.501.000- Rp. 5.000.000 sebanyak 8 orang dengan persentase 10,26% dan yang memiliki penghasilan > Rp. 5.001.000 sebanyak 9 orang dengan persentase 11,54%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4. Responden berdasarkan penghasilan

2. Pengujian Asumsi

- a. Uji Validitas dan realibilitas
- b. Uji validitas

15 butir pernyataan perilaku konsumen ( X ) dinyatakan valid.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 2. Hasil uji validitas perilaku konsumen ( X )

Variabel	Indikator	R Tabel	R Hitung	Ket
Perilaku Konsumen ( X )	X.1	0,187	0,282	Valid
	X.2	0,187	0,308	Valid
	X.3	0,187	0,455	Valid
	X.4	0,187	0,420	Valid
	X.5	0,187	0,517	Valid
	X.6	0,187	0,278	Valid
	X.7	0,187	0,282	Valid
	X.8	0,187	0,336	Valid
	X.9	0,187	0,419	Valid
	X.10	0,187	0,285	Valid
	X.11	0,187	0,266	Valid
	X.12	0,187	0,495	Valid
	X.13	0,187	0,551	Valid
	X.14	0,187	0,649	Valid
	X.15	0,187	1	Valid

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari pernyataan yang telah dilakukan uji validitas untuk butir perilaku konsumen (X) melalui SPSS maka didapatkan hasil hitung (

r hitung) butir pernyataan 1 sebesar 0,282, butir pernyataan 2 sebesar 0,308, butir pernyataan 3 sebesar 0,455, butir pernyataan 4 sebesar 0,420, butir pernyataan 5 sebesar 0,517, butir pernyataan 6 sebesar 0,278, butir pernyataan 7 sebesar 0,282, butir pernyataan 8 sebesar 0,336, butir pernyataan 9 sebesar 0,419, butir pernyataan 10 sebesar 0,285, butir pernyataan 11 sebesar 0,266, butir pernyataan 12 sebesar 0,495, butir pernyataan 13 sebesar 0,551, butir pernyataan 14 sebesar 0,649 dan butir pernyataan 15 sebesar 1. Di mana jika R hitung > R Tabel untuk df  $(78-2) = 75$  pada taraf  $\alpha = 0,1$  diperoleh R Tabel 0,187.

Dari hasil uji validitas untuk butir pernyataan konsumsi Islami (Y) didapat hasil hitung ( r hitung ) butir 1 sebesar 0,355, butir pernyataan 2 sebesar 0,523, butir pernyataan 3 sebesar 0,313, butir pernyataan 4 sebesar 0,297, butir pernyataan 5 sebesar 0,320, butir pernyataan 6 sebesar 0,525, butir pernyataan 7 sebesar 0,392, butir pernyataan 8 sebesar 0,523, butir pernyataan 9 sebesar 0,255, butir pernyataan 10 sebesar 0,333, butir pernyataan 11 sebesar 0,526, butir pernyataan 12 sebesar 0,410, butir pernyataan 13 sebesar 0,420, butir pernyataan 14 sebesar 0,616 dan butir pernyataan 15 sebesar 1.

Dimana jika R hitung > R Tabel untuk df  $(78-2) = 75$  pada taraf  $\alpha = 0,1$  diperoleh R Tabel 0,187. Dengan demikian semua butir pernyataan konsumsi Islami (Y) dianggap valid. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 3. Hasil uji validitas konsumsi Islami ( Y )

Variabel	Indikator	R Tabel	R Hitung	Ket
Konsumsi Islami ( Y )	Y.1	0,187	0,355	Valid
	Y.2	0,187	0,523	Valid
	Y.3	0,187	0,313	Valid
	Y.4	0,187	0,297	Valid
	Y.5	0,187	0,320	Valid
	Y.6	0,187	0,525	Valid
	Y.7	0,187	0,392	Valid
	Y.8	0,187	0,523	Valid
	Y.9	0,187	0,255	Valid
	Y.10	0,187	0,333	Valid

	Y.11	0,187	0,526	Valid
	Y.12	0,187	0,410	Valid
	Y.13	0,187	0,420	Valid
	Y.14	0,187	0,616	Valid
	Y.15	0,187	1	Valid

Sumber : Data Diolah, 2018

c. Uji reliabilitas

Dari 15 butir pernyataan X dan 15 butir pernyataan Y didapat hasil hitung uji reliabilitas untuk pernyataan X sebesar 0,895 dan pernyataan Y sebesar 0,894, dimana jika  $r$  hitung > nilai kritis  $r$  Tabel product moment  $df (78-2) = 75$  pada taraf  $\alpha = 0,1$  diperoleh  $R$  Tabel 0,296 atau nilai  $\alpha > 0,60$  sehingga butir pernyataan X dan Y dianggap reliabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 4. Hasil uji reliabilitas perilaku konsumen dan konsumsi Islami

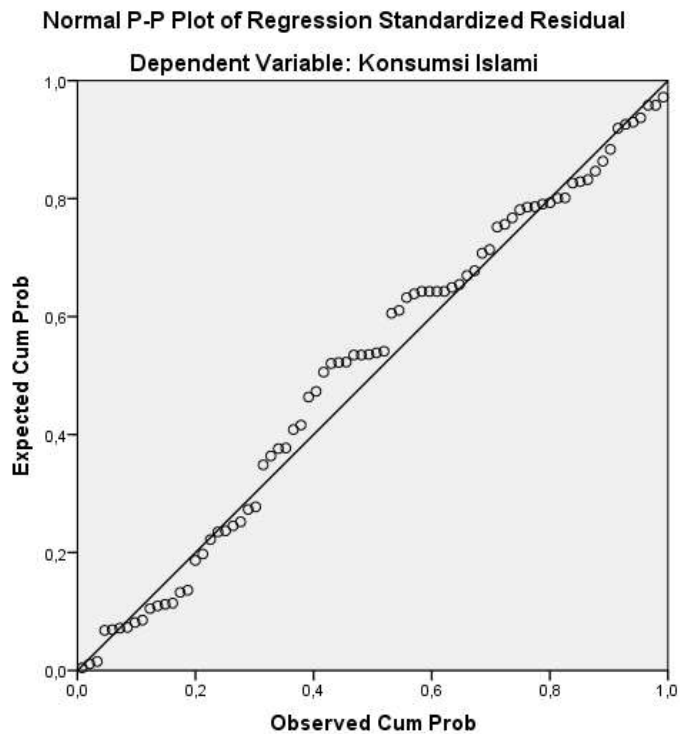
Variabel	Alfa Cronbach	Ket
Perilaku Konsumen ( X )	0,895	Reliabel
Konsumsi Islami ( Y )	0,894	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2018

3. Uji asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas menggunakan probability plot dalam penelitian ini, dapat dilihat pada gambar 5 :



Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian grafik normal probability plot diatas , tampak bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya berada pada titik diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memiliki distribusi normal.

Hasil Uji kolmogorov smirnov dapat dilihat pada Tabel di bawah ini :

Tabel 5. Hasil uji normalitas menggunakan kolmogorov smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Perilaku Konsumen	Konsumsi Islami
N		78	78
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	47,33190	43,52960
	Std. Deviation	8,601808	8,333675
Most Extreme Differences	Absolute	,064	,082
	Positive	,048	,079
	Negative	-,064	-,082
Test Statistic		,064	,082

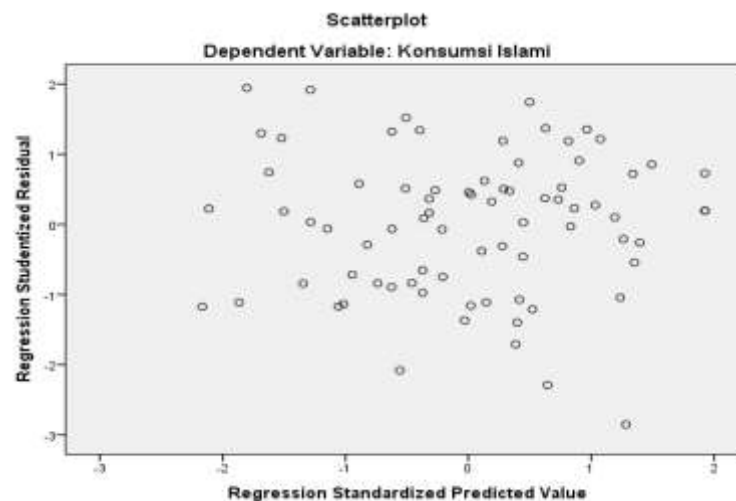
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 <sup>c,d</sup>	,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data diolah, 2018

Dari tabel di atas dapat dilihat hasil uji pada uji kolmogorov smirnov didapat nilai penyimpangan maksimum hasil perhitungan perilaku konsumen (X) sebesar 0,064 dengan Asy,p. Sig.(2 tailed) menunjukkan 0,200. Sedangkan nilai penyimpangan maksimum hasil perhitungan konsumsi Islami (Y) sebesar 0,082 Asy,p. Sig.(2 tailed) menunjukkan 0,200 dengan  $\alpha = 0,1$ , terlihat bahwa  $0,200 > 0,1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dan konsumsi Islami memiliki data yang berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas menggunakan SPSS sebagai berikut:



Gambar 4.6 Hasil uji heterokedastisitas

Berdasarkan gambar 6 di atas pada grafik scatter plot, bahwa penyebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik data menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi tersebut.

Tabel 6  
Hasil heterokedastisitas uji glejser

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		ig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	6,050	2,043		,961	004
	Perilaku Konsumen	-,034	,044	-,088	,766	446

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji glejser pada Tabel 4.38 di atas didapat nilai signifikansi sebesar 0,446 dengan  $\alpha = 0,1$  dimana bila nilai signifikansi lebih besar dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

#### D. PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KONSUMSI ISLAMIS

##### 1. Analisis regresi linier sederhana

Tabel 7. Hasil uji regresi linier sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		ig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	11,352	3,808		,981	004
	Perilaku Konsumen	,680	,079	,702	,586	000

a. Dependent Variable: Konsumsi Islami

Sumber : Data diolah, 2018

Dari hasil uji regresi linier pada Tabel di atas dapat dilihat nilai koefisien regresi dengan persamaan regresi  $Y = a + Bx$ , dimana  $Y$  = konsumsi Islami dan  $X$  = perilaku konsumen. Sehingga didapat persamaan regresi pada penelitian ini adalah  $Y = 11,352 + 0,680X$ .

Koefisien-koefisien persamaan regresi linier di atas dapat diartikan koefisien regresi untuk konstan sebesar 11,352 menunjukkan bahwa jika variabel perilaku konsumen bernilai nol atau tetap, maka

akan meningkatkan perilaku konsumen sebesar 11,352. Sedangkan untuk variabel konsumsi Islami 0,680 menunjukkan bahwa perilaku konsumen meningkat maka juga akan meningkatkan konsumsi Islami sebesar 0,680.

## 2. Uji signifikansi parsial (uji t)

Perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap konsumsi Islami di Kelurahan Tungkal III sebesar 8,586. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 8. Hasil uji parsial ( uji t )

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,352	3,808		,981	,004
Perilaku Konsumen	,680	,079	,702	,586	,000

a. Dependent Variable: Konsumsi Islami

Sumber : Data diolah, 2018

Dari hasil uji parsial ( uji t ) t hitung pada perilaku konsumen adalah 7,753. Pada derajat bebas  $df=n-2 = 78-2 = 76$  dengan  $\alpha=0,1$ , maka ditemukan t Tabel sebesar 1,66515. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa t hitung > t Tabel ( 8,586 > 1,65515), kriteria dalam pengambilan keputusan perilaku konsumen sebagai berikut : a. Jika t hitung > t Tabel maka H0 ditolak secara statistik adalah signifikan, dari hasil uji t nilai signifikan lebih kecil dari 0,1 (0,000 < 0,1 ) berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara perilaku konsumen terhadap konsumsi Islami, b. Jika t hitung < t Tabel maka H0 diterima, artinya secara statistik adalah tidak ada pengaruh yang signifikan antara perilaku konsumen terhadap konsumsi Islami, c. Berdasarkan dari hasil hitung dan kriteria diatas maka H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara perilaku konsumen terhadap konsumsi Islami di Kelurahan Tungkal III.

### 3. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Hasil uji koefisien determinasi melalui SPSS sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,702 <sub>a</sub>	,492	,486	5,976393
a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumen				
b. Dependent Variable: Konsumsi Islami				

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari hasil uji determinasi koefisien ( $R^2$ ) menyatakan bahwa koefisien determinasi sebesar 0,492 atau 49,2% yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel perilaku konsumen dalam menjelaskan variasi nilai variabel perilaku konsumen sebesar 49,2%. Sedangkan sisanya 50,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI. (1998). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta : PT. Tanjung Mas Inti Semarang.
- Amaturrohim, Hanifah. (2015). *Pengaruh Pendapatan dan Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Kesejahteraan Keluarga Petani Penggarap Kopi di Kecamatan Candiroto Kabupaten Temanggung*, Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- Anto, M.B. Hendrie.(2003). *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Jalasutra.
- Arif , M. Nur Rianto Al dan Euis Amalia. (2010). *Teori Mikroekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*,
- Aziz, Abdul. (2008). *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Chaudhry, MuhammadSharif. (2012). *Sistem Ekonomi islam Prinsip Dasar*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group.
- Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY.(2017). *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Depok: PT. Rajawali Pers.
- Fatoni, Siti Nur. (2014).*Pengantar Ilmu Ekonomi*, Bandung:Pustaka Setia.
- Hasnira.(2017). *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*, Skripsi Jurusan Ekonomi Islam, UIN Alauddin Makassar.
- Heryanto, Imam. (2018) *Path Analysis Menggunakan SPSS dan Excel*, Bandung: Informatika Bandung.
- Kurniawan, Albert. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Muhammad. (2004), *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Natawiria, H. Asep Suryana. (2010). *Statistika Bisnis*, Bandung : Alfabeta.
- Nasution, MustafaEdwin dkk. (2006). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Noor, Juliansyah. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Priansa, Donni Juni . (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta CV.
- Rianse, Usman dan Abdi. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta.
- Sarnowo, Henry dan Danang Sunyoto. (2014). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Teori dan Soal*, Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta CV.----- (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta,CV.
- Sujaweni, V. Wiratna. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Suprayitno, Eko. (2005). *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Trihendradi, Cornelius. (2008). *Step by Step SPSS 16 Analisis Data Statistik*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi.(2013). *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung:CV Pustaka Setia