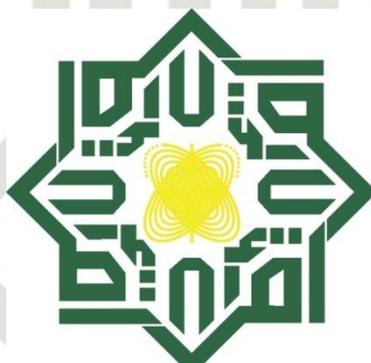




UIN SUSKA RIAU

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA KOS DI JALAN BULUH CINA
KELURAHAN SIMPANG BARU DITINJAU
MENURUT EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**NAFISAH RAUDHATIL JANNAH
11625200907**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU**

1441 H/2020 M

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA KOS DI JALAN BULUH CINA
KELURAHAN SIMPANG BARU DITINJAU
MENURUT EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

*Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi
(SE)*



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**NAFISAH RAUDHATIL JANNAH
11625200907**

UIN SUSKA RIAU
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU
1441 H/2020 M

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA KOST DI JALAN BULUH CINA KELURAHAN SIMPANG BARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM"** yang ditulis oleh:

Nama : Nafisah Raudhatil Jannah
Nim : 11625200907
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 25 Juni 2020

Pembimbing Skripsi



Madona Khairunisa, SE. L., ME. Sy.
NIK. 130 217 028

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA KOS DI JALAN BULUH CINA KELURAHAN SIMPANG BARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM"**, yang ditulis oleh:

Nama : **NAFISAH RAUDHATIL JANNAH**
NIM : 11625200907
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 30 Juni 2020
Waktu : 13.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 9 Juli 2020
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

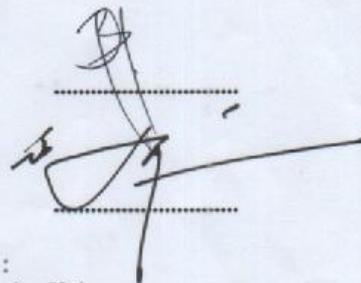
Ketua
Dr. Drs. H. Heri Sunandar, MCL



Sekretaris
Nuryanti SE.I, ME, Sy



Penguji I
Muhammad Nurwahid, MA



Penguji II
Dr. H. Muh. Said, HM, MA, MM

Mengetahui :
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.
NIP. 19580712 1986031 005



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nafisah Raudhatil Jannah (2020):

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perilaku konsumen yaitu mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru dalam membeli produk/jasa. Terdapat perilaku konsumen yang tidak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Perilaku konsumtif adalah Tindakan manusia sebagai konsumen dalam membeli dan memanfaatkan barang hasil produksi yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi tanpa batas dimana lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut bagaimana faktor iklan, faktor konformitas, dan faktor gaya hidup dapat secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru serta bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru.

Penelitian ini dilakukan di Kos-kosan jalan Buluh Cina. Populasi tidak diketahui dengan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu 96 mahasiswa . sumber data yaitu data primer dan data sekunder dan metode pengumpulan data dengan studi Pustaka, angket, dna wawancara. Untuk mode Analisa data yaitu menggunakan kuantitatif.

Berdasarkan skala faktor iklan menunjukkan koefisien reliabilitas 0,665, faktor konformitas menunjukkan reliabilitas 0,709, faktor gaya hidup menunjukkan reliabilitas 0,700, dan perilaku konsumtif menunjukkan reliabilitas 0,655. Hasil uji t hipotesis yaitu antara faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina menunjukkan hasil masing-masing t hitung dan nilai signifikansinya adalah faktor iklan (X_1) berada pada taraf 0,001 ($0,001 < 0,005$) dengan $t_{hitung} 3,277 > t_{tabel} 0,2028$, faktor konformitas (X_2) berada pada taraf 0,5 ($0,5 > 0,005$) dengan $t_{hitung} 0,677 > t_{tabel} 0,2028$, dan faktor gaya hidup berada pada taraf 0,000 ($0,000 < 0,005$) dengan $t_{hitung} 3,440 > t_{tabel} 0,2028$. Dan nilai *R square* sebesar 0,383 atau 38,3% yang berarti bahwa pengaruh variable independent (faktor-faktor yang mempengaruhi) terhadap variable dependen (Perilaku Konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina) sebesar 38,3%.

Ditinjau berdasarkan ekonomi Islam perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa kos di jalan Buluh Cina tidak sesuai dengan Ekonomi Islam karena masih terdapat perilaku mahasiswa yang berlebihan dalam berbelanja dan tidak sesuai dengan kebutuhan, karena beberapa faktor turut mempengaruhinya.

KATA PENGANTAR



Bismillahirrahmanirrahim
Bassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Sholawat dan salam senantiasa dikirimkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang membawa umatnya dari alam kegelapan hingga ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Penulisan skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam” berguna untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyajikan penelitian yang berhubungan dengan judul dari skripsi baik itu sumber, pembahasannya dan sebagainya. Namun penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan yang berasal dari penulis sendiri, hal ini tidak lain karena kemampuan wawasan serta pengetahuan yang penulis miliki, dan jika terdapat kebenaran maka itu datang dari Allah SWT. Dan tak lupa, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Teristimewa buat Ayahanda Drs. Muhammad Saleh dan Ummi Elvi Yulismi S.pd yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, mendorong, memotivasi dan memberikan cinta dan kasih sayangnya hingga hari ini



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- yang tidak akan bisa terbalaskan oleh penulis. Ucapan terimakasih juga diucapkan kepada adik-adik penulis yang paling disayang Mufti Al-Ghifari Anshor dan Mufidli Halim yang turut andil dalam memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini..
2. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta wakil Rektor I, II, dan III yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Fakultas Syariah dan Hukum.
 3. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 4. Bapak Dr. H. Heri Sunandar, M.Cl selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag, selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Maghfirah, M.A selaku wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 5. Bapak Dr. Syahpawi S.Ag, M.Sy selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta staf jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
 6. Ibu Madona Khairunisa, SE. I., ME. Sy. yang telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya buat penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
 7. Bapak Dr. H. Ismardi, M.Ag selaku Dosen Penasehat Akademis yang telah membimbing penulis selama menjalani perkuliahan.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Bapak/ Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis bisa mengerti apa yang belum penulis mengerti.
9. Bapak Abdul Barri, S.Ip selaku Camat Kecamatan Tampan yang telah membantu penulis dalam memperoleh data untuk penulisan skripsi ini.
10. Bapak/Ibu pemilik rumah-rumah kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
11. Terimakasih kepada atuk tercinta A. Mansur Syah, Nenek tersayang Rabi'ah Addawiyah dan Siti Asiah dan keluarga besar yang sudah menjadi tempat dan lingkungan terbaik bagi penulis serta selalu memberi semangat dari kecil hingga saat ini.
12. Terimakasih kepada sahabat seperjuangan yang selalu memberikan keceriaan, kebahagiaan, motivasi, semangat, dan do'a di kala suka dan duka Deya, Aga, Ririn, Niche, Khekhe, Ola, Iis.
13. Terimakasih kepada Acik dan kakaku Elpatrina, Elfa trisnawati dan Wirdatul Hasanah yang telah membanu dan memotivasi penulis dalam perkuliahan.
14. Terimakasih kepada Fajar Fadillah yang selalu menemani, menasihati, menyemangati, dan mendoakan penulis dalam perkuliahan.
15. Terimakasih untuk sahabat seperjuangan selama di bangku sekolah yang senantiasa menjadi pendengar yang baik bagi penulis dan memberikan keceriaan bagi penulis kepada Wirda, Ides, Ghina, Rezi, Rifo, Nadira, Qintan.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16) Terimakasih kepada Trio Domo City Ekspres Ulfa dan Kak Lisa yang senantiasa menjadi sahabat , pendengar yang baik, menemani, dan menyemangati penulis.

17) Terimakasih kepada seluruh teman-teman angkatan 2016 jurusan ekonomi syariah khususnya lokal Ekonomi Syariah A yang senantiasa menasihati penulis dan menyemangati penulis.

18) Terimakasih untuk sahabat seperkosaan di kos Shopi kepada Bella dan Soli yang senantiasa menemani penulis dikala suka maupun duka.

19) Terima kasih kepada keluarga yang baru penulis temui, seluruh kawan-kawan KKN Desa Ranah Sungkai, Kakak dan Bapak, serta kawan-kawan desa Ranah Sungkai lainnya. Dan juga semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis hanya bisa berdo'a, semoga Allah SWT membalas amal baik dari pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Dan masih banyak yang lainnya, akhir kata tiada yang pantas penulis ucapkan selain terimakasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balasan yang berlipat ganda. Aaamiin Ya Rabbal 'Alamiin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekanbaru, 29 Juni 2020
Penulis,

NAFISAH RAUDHATIL JANNAH
NIM. 11625200907

DAFTAR ISI

	ABSTRAK	i
	KATA PENGANTAR	iii
	DAFTAR ISI	vi
	DAFTAR TABEL	viii
	DAFTAR GAMBAR	ix
	BAB I PENDAHULUAN	1
	A. Latar Belakang	1
	B. Batasan Masalah	7
	C. Rumusan Masalah	7
	D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
	E. Metode Penelitian	9
	F. Penelitian Terdahulu	19
	G. Model Kerangka Berfikir	20
	H. Definisi Operasional	21
	I. Sistematika Penulisan	22
	BAB II GAMBARAN UMUM KELURAHAN SIMPANG BARU	24
	A. Geografi dan Monografi	24
	B. Visi dan Misi	24
	C. Keadaan Penduduk	25
	D. Penduduk Jalan Buluh Cina	26
	BAB III TINJAUAN TEORITIS	27
	A. Perlaku Konsumtif	27
	B. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Konsumsi	31
	C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	37
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
	A. Pengaruh Faktor Iklan, Faktor Konformitas, dan Faktor Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos di Jalan Buluh Cina	49

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

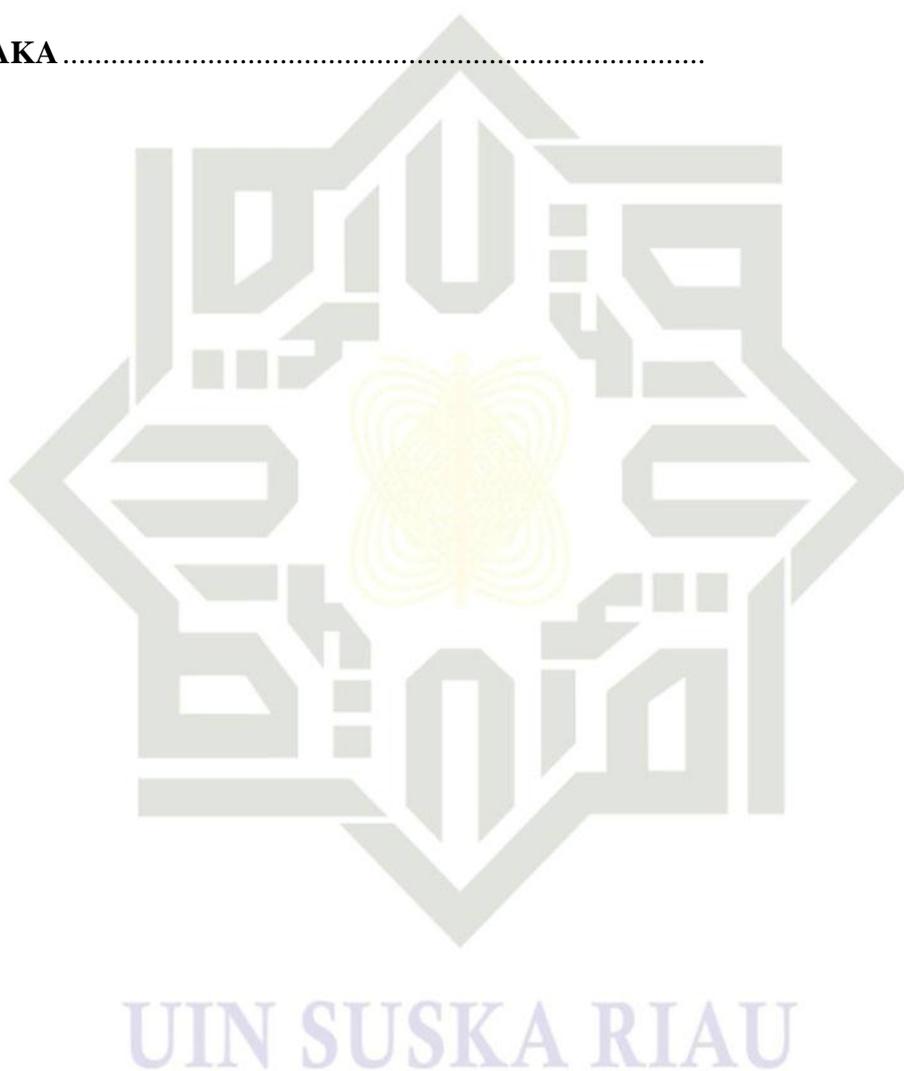
B. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru	72
--	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	79
B. Saran-Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel I.1	: Penelitian Terdahulu	19
Tabel I.2	: Definisi Operasional Variabel	21
Tabel II.1	: Luas Wilayah, Jumlah Penduduk, Dan Jumlah RT dan RW kecamatan Tampan Tahun 2019	25
Tabel II.2	: Penduduk Jl. Buluh Cina Tahun 2015	26
Tabel III.1	: Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan	37
Tabel III.2	: Demensi Gaya Hidup	48
Tabel IV.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	50
Tabel IV.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel IV.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	51
Tabel IV.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Teman yang Sering Bersama Responden Selama di Perkuliahan	52
Tabel IV.5	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua	53
Tabel IV.6	: Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Uang Saku	53
Tabel IV.7	: Karakteristik Responden Berdasarkan Berdasarkan Rata-Rata Uang Saku Perbulan	54
Tabel IV.8	: Karakteristik Responden Biaya Pengeluaran Perbulan	55
Tabel IV.9	: Pengujian Validitas Seluruh Pernyataan Kuisisioner	56
Tabel IV.10	: Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel IV.11	: Hasil Uji Multikolinieritas	61
Tabel IV.12	: Hasil Uji Autokorelasi	62
Tabel IV.13	: Hasil Uji Regresi Berganda	64
Tabel IV.14	: Hasil Uji Parsial (Uji T)	67
Tabel IV.15	: Hasil Uji Simultan	69
Tabel IV.16	: Hasil Uji Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	: Kerangka Penelitian	21
Gambar IV.1	: Histogram	59
Gambar IV.2	: Normal P-Plot	59
Gambar IV.3	: <i>Scatterplot</i>	60

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

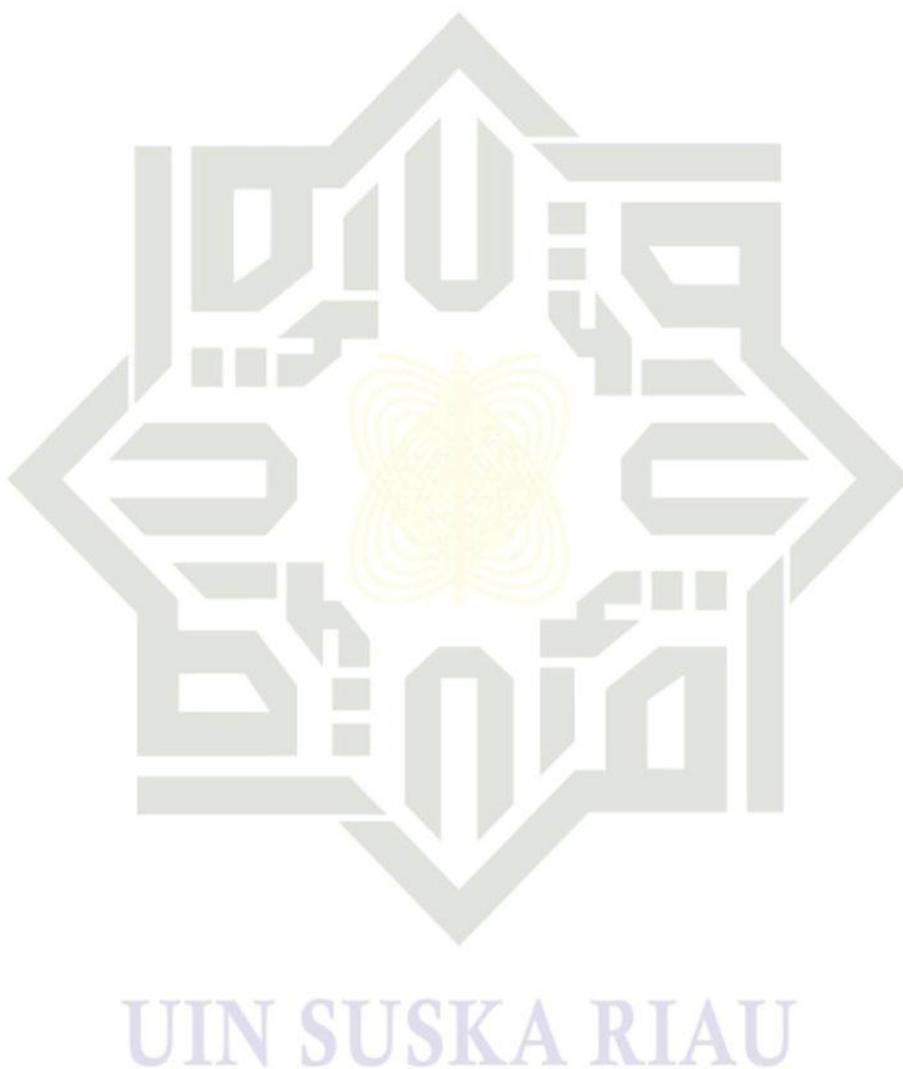
Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan naluri setiap manusia. Sejak 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.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, 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

¹ Juliana, *Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan*, Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa, No 3, Vol. 3
² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 26-29.

Physiological needs atau kebutuhan bersifat fisiologis merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan fisik seperti makan, minum dan pakaian. Untuk memenuhi kebutuhan fisiologisnya manusia memerlukan kegiatan konsumsi. Konsumsi menurut Loundon dan Bitte adalah proses pengambilan keputusan dan aktifitas fisik individu yang berpadu pada saat mengevaluasi mendapatkan dan memahami barang dan jasa.³

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.⁴ Perkembangan zaman telah banyak merubah paradigma dan tata nilai hidup manusia, termasuk dalam hal konsumsi. Barang-barang yang dahulu dianggap kebutuhan sekunder, telah berubah menjadi kebutuhan primer, dan barang-barang mewah telah menjadi kebutuhan sekunder, bahkan malah menjadi kebutuhan primer.⁵

³ Siti Chatijah dan Purwadi, *Hubungan Antara Religiusitas dengan Sikap Konsumtif* Remaja, Humamtas, Vol.4 No.2 Agustus 2007, hlm. 111

⁴ 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. 2017

⁵ Siti Chatijah dan Purwadi, *Op Cit*, hlm. 111

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kebutuhan primer adalah kebutuhan utama yang harus dipenuhi agar manusia dapat mempertahankan hidupnya. Dengan kata lain, kebutuhan primer adalah kebutuhan yang harus dipenuhi agar manusia tetap hidup. Kebutuhan tersebut muncul secara alami. Kebutuhan primer disebut juga “kebutuhan alamiah. Contoh yang termasuk ke dalam kebutuhan primer adalah kebutuhan untuk makan, minum, pakaian, dan tempat tinggal.⁶

Barang-barang kebutuhan tersier, pada saat ini telah banyak menjadi kebutuhan utama, yang biasanya berupa fasilitas-fasilitas yang membuat kesenangan semata seperti berperilaku konsumtif.⁷

Menurut Sumartono perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan (*need*) tetapi sudah kepada faktor keinginan (*want*).

Begitu pula dengan mahasiswa kos. Kebutuhan pokok mahasiswa kos akan berbeda tingkatannya dibandingkan saat mereka masih menjadi siswa dan tinggal dengan orang tua. Perubahan lingkungan hidup menuntut mahasiswa kos memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka sendiri misalnya sandang, pangan, dan papan. Misalnya, karena jauh dari orang rumah maka menyewa kos adalah suatu kebutuhan yang harus dipenuhi

⁶ Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Bandung: PT. Setia Purna Inves, 2010) hlm. 2

⁷ Siti Chatijah dan Purwadi, *Op Cit*, hlm. 111



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh seorang mahasiswa. Jenjang pendidikan yang semakin tinggi mempengaruhi perubahan kebutuhan hidup semakin meningkat.

Perubahan perilaku mahasiswa yang hidup di tempat kos menurut pandangan paradigma perilaku sosial, yaitu terletak pada proses interaksi antara individu dengan lingkungannya. Dulu ketika masih tinggal dalam lingkungan keluarga semasa masih menjadi siswa, berubah ketika dibandingkan menjadi mahasiswa yang hidup di tempat kos.

Manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak akan lepas dari kegiatan konsumtif, yaitu belanja. Kegiatan konsumtif tersebut pada dasarnya untuk memenuhi kebutuhan individu baik kebutuhan primer, kebutuhan sekunder maupun tersier. Akan tetapi dengan seiring berkembangnya zaman telah membawa implikasi pada perilaku membeli seseorang. Membeli barang atau jasa tidak lagi didasari oleh kebutuhan pokok, melainkan karena tuntutan gengsi, dan kebutuhan untuk diakui oleh kelompok.

Mahasiswa yang tinggal dilingkungan kos, kehidupan sosialnya lebih banyak menghabiskan waktu dengan teman-teman sebayanya, merasa lebih dekat dengan teman sebayanya dan adanya pemisahan diri dari orang tua. Sehingga dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari orang tua tidak lagi memiliki kendali atas kebutuhan mahasiswa kos. Kecenderungan perilaku mahasiswa kos yang jauh dari orang tua adalah berperilaku konsumtif.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan mahasiswa yang sebenarnya belum mempunyai kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya. Mahasiswa memang sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industry, antara lain karena karakteristik mereka yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Membeli dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang tidak dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Remaja dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, tingkah laku, perilaku konsumen, kesenangan terhadap hal-hal tertentu mempunyai ciri khas sendiri. Kaum remaja merupakan pembeli potensial untuk produk-produk seperti pakaian, sepatu, kosmetik bahkan sampai makanan.⁸ Mahasiswa sebagai remaja berusaha menampilkan sesuatu yang mencakup tentang penampilan dan memperhatikan penilaian orang lain terhadap mereka, sehingga mahasiswa berusaha mengkonsumtif produk-produk bermerk. Seperti halnya dengan mahasiswa kos yang jauh dari orang tua dan berusaha beradaptasi dengan lingkungan baru mereka yaitu dunia

⁸ Monks, dkk, *Remaja dan Perilaku Konsumtif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 234



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendidikan di kampus akan sangat mudah terpengaruh dengan media informasi yang ada.

Menurut Suyasa & Fransisca faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif yaitu:

1. Hadirnya iklan, iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang menarik untuk membeli
2. Konformitas, konformitas terjadi disebabkan karena keinginan kuat pada individu untuk tampil menarik dan tidak berbeda dari kelompoknya serta dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya.
3. Gaya hidup, merupakan salah satu faktor utama yang munculnya perilaku konsumtif. Gaya hidup yang dimaksud adalah gaya hidup yang meniru orang luar negeri yang memakai produk mewah dari luar negeri yang dianggap meningkatkan status sosial seseorang.⁹

Dari pengamatan penulis, Jalan Buluh Cina merupakan kawasan yang terdapat banyak kos yang di huni oleh mahasiswa, karena lokasinya yang dekat dengan UIN SUSKA Riau, Jalan Buluh Cina pada siang hari terdapat banyak tempat makan, toko jilbab yang memungkinkan mahasiswa untuk berbelanja disana. Namun pada malam harinya di jalan Buluh Cina tidak seramai pada saat siang hari. Secara geografis Jalan Buluh Cina terletak tidak jauh dari pusat perkotaan yang memudahkan mahasiswa dalam berbelanja karena banyaknya tempat perbelanjaan. Salah satu tempat perbelanjaan tersebut adalah Giant MTC Panam. Giant

⁹ Sinatrya Ardhana Sesurya, *Perilaku Konsumtif Pada Laki-Laki "Zaman Now" Pengguna Aplikasi "Online Shop" Dalam Membeli Barang Di Surabaya*, Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan tempat yang sering dikunjungi mahasiswa di Panam untuk menyegarkan pikiran mereka dari kejenuhan.

Saat peneliti melakukan wawancara dan observasi awal pada para mahasiswa di buluh cina, mereka mengatakan bahwa seringkali membeli sesuatu dikarenakan melihat iklannya di media sosial dan trend-trend yang ada di lingkungan pertemanannya.¹⁰

Dari latar belakang di atas, peneliti sangat tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA KOS DI JALAN BULUH CINA KELURAHAN SIMPANG BARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM”**

B. Batasan Masalah

Untuk mendapatkan penjelasan yang lebih lengkap dan mendalam tentang inti permasalahan ini, maka pembahasan dalam penelitian ini difokuskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa kos di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor iklan, konformitas, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di Jalan Buluh Cina?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di Jalan Buluh Cina?

¹⁰ Alfi, Mahasiswa Kos di Jalan Buluh Cina, *Wawancara*, 11 Januari 2020

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 faktor harga, konformitas, dan gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru.
- b. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

- a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada program strata satu (S1) jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.
- b. Sebagai pengembangan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif terhadap mahasiswa.
- c. Sebagai sumbangan pemikiran dalam *khazanah* ilmu pengetahuan, dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur skripsi tentang Ekonomi Islam.



E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian secara kuantitatif yang di lakukan di jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru karena penulis ingin mengetahui pengaruh faktor iklan, faktor konformitas, dan faktor gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina ini.

2. Subjek dan Objek

- a. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa kos di jalan Buluh Cina.
- b. Objek penelitian adalah faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru.

3. Populasi dan Sample

a. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.¹¹ Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya yaitu mahasiswa kos di Jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru.

b. Sample

Sample adalah bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.¹²

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

¹¹ Ronny Kountur, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit PPM, 2008), hlm. 36

¹² *Ibid.*, hlm



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dikarenakan populasi pada penelitian ini tidak diketahui dengan pasti. Maka rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel adalah dengan rumus lameshow. Perhitungan sampel dengan rumus lameshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti.¹³

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

n = Jumlah sampel

Z = tingkat distribusi pada taraf signifikan atau α sebesar 5% = 1,96

Moe = Margin of Error, yaitu tingkat kesalahan yang dapat di toleransi, dengan menggunakan Moe 10% maka jumlah sampel minimal adalah

$$n = \frac{1,96^2}{4(0.1)^2} = 96,04 \text{ atau dibulatkan menjadi } 96 \text{ responden.}$$

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹⁴ Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yaitu cara pengambilan sampel melalui penetapan ciri-ciri sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.¹⁵

Sumber Data

Untuk mengumpulkan data penelitian ini penulis membagi data ke dalam beberapa hal:

¹³ *Ibid.*, hlm 158.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm. 81

¹⁵ Adnan Mahdi, Mujahidin, *Panduan Penelitian Praktis untuk Menyusun Skripsi, Thesis, & Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm. 114



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Data Primer, merupakan data utama yang diperoleh di lapangan yang berkaitan dengan penelitian ini, melalui wawancara dan kuisioner yang disebar kepada sampel.
- b. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh dari berbagai buku, jurnal atau pihak pihak lain yang memberikan data yang erat kaitannya dengan objek dan tujuan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Studi Perpustakaan, didalam penelitian ini penulis menggunakan buku perpustakaan yang berkaitan langsung tentang penelitian untuk dapat melengkapi data dalam penelitain ini.
- b. Angket, metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah metode angket. Metode angket atau kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebar daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas pertanyaan tersebut¹⁶
- c. Wawancara, wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang di wawancarai.¹⁷

6. Teknik Analisa Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif, analisa deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data

¹⁶ *Ibid.*, hlm 139.

¹⁷ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm 138.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

yang telah terkumpul sebagaimana adanya¹⁸, analisa kuantitatif adalah analisa yang menggunakan bantuan statistik untuk membantu dalam perhitungan angka-angka untuk menganalisa data yang diperoleh¹⁹.

a. Uji Instrument Penelitian²⁰

1) Uji Validitas

Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel, daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas ini dilakukan pada tiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan $r_{table} | df = n - k$ dengan tingkat kesalahan 30%. Jika $r_{table} < r_{hitung}$ maka butir soal tersebut valid. Dan apabila $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka kuisisioner tidak valid.

Data yang di perlukan dalam rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (N \sum y_i)^2\}}}$$

r_{xy} = Koefisien korelasi x_i dan y_i

x_i = Jumlah total dari tiap variabel (Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif)

y_i = jumlah total dari seluruh variabel

N= Banyak responden

2) Uji Reliabilitas²¹

¹⁸ Sugiyono, *Op Cit*, hlm 147.

¹⁹ Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: CAPS, 2011), hlm 18.

²⁰ *Ibid.*, hlm 169.

Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama sama terhadap seluruh pertanyaan. Jika nilai $\alpha > 0.60$ disebut reliable. Nilai reliabilitas dalam uji ini dapat dilihat pada kolom *Reliability statistic (Cronbach's Alpha)* yang diolah dengan program spss.

b. Uji Asumsi Klasik²²

1) Uji Normalitas

Dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak.

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana variabel-variabel independen dalam persamaan regresi mempunyai korelasi erat satu sama lain. Tujuan utamanya adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam penelitian adalah dengan menggunakan *variance inflation faktor (VIF)* yang merupakan kebalikan dari toleransi. Apabila $VIF > 10$, maka model tersebut menunjukkan adanya multikolinearitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

²¹ *Ibid.*, hlm 165.

²² *Ibid.*, hlm 179.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka terjadi homokedastisitas dan jika berbeda terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya masalah heteroskedastisitas di dalam suatu penelitian adalah dengan media grafik *scatterplot*, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas. Tetapi, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Menurut makridakis sebagaimana yang dikutip oleh Wahid Sulaiman menyatakan bahwa untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dilakukan pengujian Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) $1,65 < DW < 2,35$ = tidak ada autokorelasi
- b) $1,21 < DW < 1,65$ atau $2,35 < DW < 2,79$ = tidak dapat disimpulkan
- c) $DW < 1,21$ atau $DW > 2,79$ = terjadi autokorelasi



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

c. Uji Hipotesis Penelitian

1) Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel yang lain. Jika dalam persamaan regresi melibatkan lebih dari satu variabel bebas maka disebut persamaan regresi berganda.

Dalam analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengaruh dua variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dibuat persamaan sebagai berikut $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Y = variabel terikat (Perilaku konsumtif)

X_1 = variabel bebas (Iklan)

X_2 = variabel bebas (Konformitas)

X_3 = variabel bebas (Gaya Hidup)

a = konstanta

b = koefisien regresi

e = standar error (variabel pengganggu/tidak dihitung)

2) Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh-pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Yaitu dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan melihat tingkat signifikansinya, kemudian membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan (5% atau 0,05). Jika F hitung lebih kecil dari F tabel, maka H_0 diterima, yang artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika F hitung lebih besar dari F tabel, maka H_0 ditolak, yang artinya variabel independen secara bersama sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

3) Uji T

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen yaitu Iklan (X_1), Konformitas (X_2), dan Gaya Hidup (X_3) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $moe = 5\%$

Dengan hipotesis :

H_0 : Iklan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru.

H_1 : Iklan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru.

H_0 : Konformitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H2 : Konformitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru.

Ho : Gaya Hidup tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru.

H3 : Gaya Hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru.

Dengan kriteria :

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak dan H1 diterima

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho diterima dan H1 ditolak.

Dalam mengambil kesimpulan untuk uji T peneliti melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan alat statistika yang dipergunakan (Aplikasi SPSS).

4) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menjadi alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 atau 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (Harga, konformitas, dan gaya hidup) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Perilaku konsumtif) sangat terbatas. Dan begitupun sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen (Harga, konformitas, dan gaya



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

hidup) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Perilaku konsumtif).²³ Nilai koefisien determinasi adalah:

$$r^2 = 1 - \frac{\Sigma(Y-Y')^2}{\Sigma(Y-Y)^2}$$

r^2 = koefisien determinasi

$\Sigma(Y - Y')^2$ = jumlah keseluruhan selisih antara variabel Perilaku konsumtif terhadap garis regresi.

$\Sigma(Y - Y)^2$ = jumlah keseluruhan selisih antara variabel Perilaku konsumtif terhadap rata-rata variabel Perilaku konsumtif.

d. Metode Penelitian

Adapun metode penulisan yang digunakan dalam penulisan ini adalah:

- a. Metode deduktif yaitu pengumpulan data-data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, kemudian data tersebut dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Metode induktif yaitu pengumpulan data-data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, kemudian data tersebut dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.
- c. Metode deskriptif yaitu dengan menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan yang diperoleh. Kemudian dianalisa sesuai dengan masalah tersebut.

²³ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, (Yogyakarta: Universitas Diponegoro, 2012), hlm, 97

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Sri Astuti Setianingsih (2018)	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto).	Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_1), Gaya Hidup (X_2), dan Perilaku Konsumtif (Y).	Hasil penelitian ini mempunyai kesimpulan bahwa ada pengaruh variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Purwokerto.
2.	Muh Hasbi (2018)	Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016	Konformitas (X_1), dan Perilaku Konsumtif (Y).	Hasil penelitian ini mempunyai kesimpulan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial angkatan 2016 yang menjadi sampel penelitian ini mempunyai tingkat konformitas pada kategori sedang dan perilaku konsumtif rendah.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

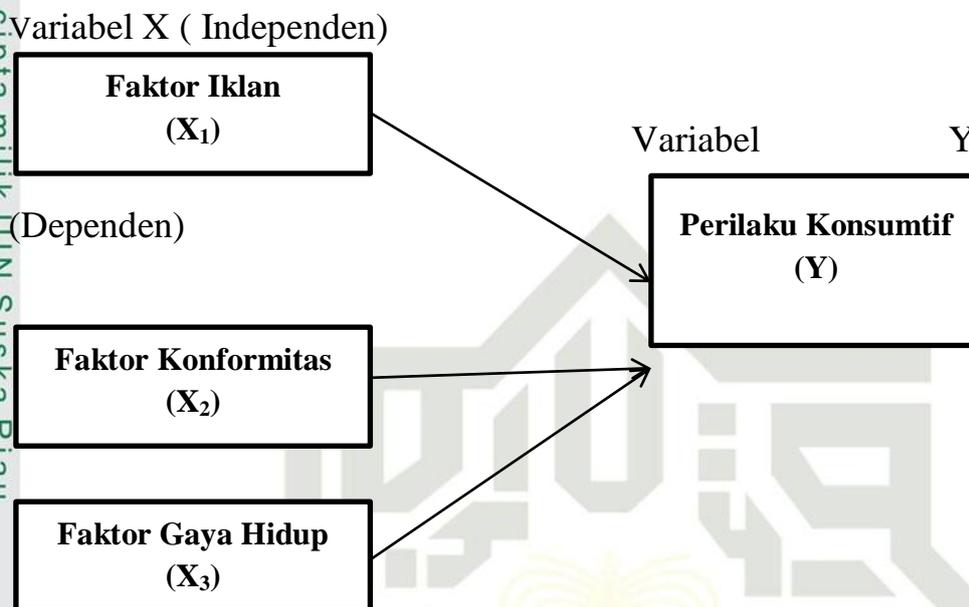
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>Oktri Permata Hani (2016)</p> <p>Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>Pengaruh Iklan Televisi Media Massa Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Kiri Pekanbaru</p>	<p>Iklan Televisi Media Massa (X₁), Sedangkan Perilaku Konsumtif (Y).</p>	<p>Hasil penelitian ini mempunyai kesimpulan bahwa adanya pengaruh iklan televisi media massa terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Sari Galuh kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Kiri, Pekanbaru dalam berperilaku, yang tergolong berpengaruh sedang.</p>
<p>4</p> <p>Nafisah Raudhatil Jannah (2020)</p> <p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru ditinjau Menurut Ekonomi Islam</p>	<p>Faktor Iklan (X₁), Faktor Konformitas (X₂), dan Faktor Gaya Hidup (X₃). Sedangkan Perilaku Konsumtif (Y)</p>	<p>Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Faktor Iklan, Faktor Konformitas dan Faktor Gaya Hidup terhadap perilaku Konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru dan mengetahui tinjauan ekonomi Islam tentang perilaku konsumtif.</p>

G. Model Kerangka Berfikir

Model kerangka berfikir dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina keluraha Simpang Baru adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Penelitian



H. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Indikator
1.	Iklan adalah salah satu bentuk promosi yang praktis, ekonomis, namun menjanjikan ekspektasi tinggi untuk membentuk nilai <i>benchmarking</i> produk atau jasa dimata konsumen. ²⁴	1. Perhatian (<i>Attention</i>) 2. Minat (<i>Interest</i>) 3. Ketertarikan (<i>Desire</i>) 4. Tindakan (<i>Action</i>)
2.	Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain. ²⁵	1. Konformitas Normatif 2. Konformitas Informasional
3.	Gaya Hidup adalah adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan	1. Aktivitas (<i>Activity</i>) 2. Minat (<i>Interest</i>) 3. Pendapat (<i>Opinion</i>)

²⁴ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. Jilid Ke-2*, (Jakarta: Prenhallindo, 2010), hlm. 56

²⁵ Myers, David G, *Psikologi Sosial Jilid 2*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), hlm.252

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain.²⁶</p>	
<p>Perilaku Konsumtif adalah konsumsi barang secara berlebihan dan pembelian produk yang bermacam-macam untuk mencapai kepuasan dalam diri.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli produk karena iming-iming hadiah 2. Membeli produk karena kemasannya menarik 3. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi 4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar atau manfaat) 5. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol atau status 6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk 7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri 8. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini penulis melakukan dengan cara membagi dalam bentuk bab-bab yaitu sebanyak 5 bab dengan tujuan untuk mempermudah penulissn penelitian ini. Dengan kerangka dasar sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, Penelitian Terdahulu, model kerangka berfikir, Definisi Operasional dan Sistematika Penulisan.

²⁶ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Postmodernisme*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014) hlm.138



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Gambaran umum lokasi penelitian meliputi: Letak Geografi dan Monografi, visi, misi, Keadaan Penduduk kalurahan Simpang Baru, serta kondisi penduduk di jalan Buluh Cina.

BAB III

: TINJAUAN TEORITIS

Pada bab ini penulis akan memaparkan landasan teori tentang Pengertian perilaku konsumtif, Indikator Perilaku konsumtif, Tinjauan Ekonomi Islam tentang Konsumsi, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

BAB IV

: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang faktor iklan, konformitas, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru dan tinjauan ekonomi islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru.

BAB V

: PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

GAMBARAN UMUM KELURAHAN SIMPANG BARU

A. Geografi dan Monografi

Kelurahan simpang baru merupakan salah satu kelurahan yang ada di kecamatan Tampan. Luas wilayah kelurahan simpang baru adalah 7,15 KM² dan jumlah penduduk ± 33.634 jiwa. Terdapat 10 RW dan 35 RT di Kelurahan ini.²⁷

Secara geografis keseluruhan kelurahan ini merupakan daerah yang memilikidaratannya rendah dengan curah hujan yang tinggi serta memiliki dua pergantian musim yaitu musim hujan dan kemarau. Sebagian tanah berlahan liat dan gambut.

Adapun batas wilayah kelurahan simpang baru adalah:

1. Sebelah utara berbatasan dengan kelurahan Labuh Baru Barat kecamatan Payung sekaki
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Delima Kecamatan Tampan
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tapan
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Kampar²⁸

B. Visi dan Misi

Visi:

1. Terwujudnya Kelurahan simpang Baru sebagai pusat pendidikan yang berazaskan iman dan taqwa

²⁷ Kantor Camat Tampan 2019

²⁸ Geografi dan Demografi Kelurahan Simpang Baru, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, 2015



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Terwujudnya Kelurahan Simpang Barusebagai pusat perekonomian yang berbasis kerakyatan

Misi;

1. Memberkan akses pelayanan yang seluas-luasnya kepada Masyarakat dalam mewujudkan pemerintahan yang bersih dan berwibawa.

C. Keadaan Penduduk

Adapun jumlah penduduk sesuai dengan data yang penulis peroleh dari kantor Kecamatan Tampan mencapai 307.947 jiwa pada tahun 2019.²⁹

Untuk mengetahui jumlah penduduk di Kecamatan Tampan dapat dilihat dari table berikut ini:

Tabel 2.1
Luas Wilayah, Jumlah Penduduk, Dan Jumlah RT dan RW
kecamatan Tampan Tahun 2019

No	Kelurahan	Luas Wilayah (Km ²)	Penduduk			Jumlah RW	Jumlah RT
			Laki-Laki	Perempuan	Jumlah		
1	Delima	5.76	15.006	14.795	29.801	8	48
2	Tobek Godang	4.64	16.831	16.031	32.862	15	73
3	Simpang Baru	7.15	17.336	16.298	33.634	10	35
4	Bina Widya	7.06	11.092	9.785	20.877	9	34
5	Air Putih	6.44	12.897	11.672	24.569	10	64
6	Tuah Madani	4.52	10.781	9.243	20.024	8	31
7	Tuah Karya	5.28	24.521	23.347	47.868	19	85
8	Sialang Munggu	5.7	24.188	24.523	48.711	31	127
9	Sidomulyo Barat	7.9	25.543	24.058	49.601	25	106
10	Total	54.44	158.195	149.752	307.947	137	614

Sumber: Dokumen dan Arsip Kecamatan Tampan 2019

Berdasarkan monografi jumlah penduduk kelurahan Simpang Baru terdapat sebanyak 33.634 jiwa, dengan jumlah laki-laki sebanyak 17.336 jiwa dan perempuan sebanyak 16.298 jiwa. Di kelurahan Simpang Baru terdapat 10 RW dan 35 RT.³⁰

²⁹ Kantor Camat Tampan, *Profil Kecamatan Tampan, 2019*

³⁰ *Ibid*

D. Penduduk Jalan Buluh Cina

Adapun di lokasi penelitian, berdasarkan data yang diperoleh dari RT setempat, penduduk yang tinggal di Jl. Buluh Cina RT 03 RW 06 berjumlah 73 KK (Kepala Keluarga) sa,a dengan 257 jiwa. Data lebih rinci mengenai jumlah warga dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 2.3
Penduduk Jl. Buluh Cina Tahun 2015

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Laki-Laki	156	60,7%
2	Perempuan	101	39,3%
	Jumlah	257	100

Sumber: Data Olahan Berdasarkan Wawancara dengan Ketua RT

Berdasarkan table diatas terlihat bahwa penduduk yang bertempat tinggal di Jl. Buluh Cina lebih banyak terdiri dari kaum laki-laki yaitu berjumlah sebanyak 156 jiwa atau 60,7% dan kaum perempuan berjumlah 101 jiwa atau 39,3%. Namun disebabkan Jl. Buluh Cina ini adalah lokasi kampus dan kos-kosan, terdapat ± 39 kos-kosan mahasiswa di jalan Buluh Cina, maka banyak terdapat mahasiswa yang tinggal di daerah ini dan mereka wajib melapor ke RT setempat. Akan tetapi karena jumlahnya tidak tetap (Ada yang datang dan keluar) maka tidak dimiliki data tetap oleh RT setempat.³¹

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³¹ *Data Olahan Berdasarkan Wawancara dengan RT*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku

Perilaku menurut kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.³²

Menurut Kartono, Perilaku merupakan suatu reaksi yang dapat diamati secara umum atau obyektif, sehingga hal-hal yang diperbuat akan tampak

hasilnya dari perbuatan tersebut.³³ Menurut Syamsul Arifin perilaku berarti perbuatan atau tindakan dan perkataan seseorang yang sifatnya dapat diamati, digambarkan dan dicatat oleh orang lain ataupun orang yang melakukannya.³⁴ Perilaku sangat erat hubungannya dengan sikap.

Menurut W.A Gerungan, Attitude adalah sikap terhadap objek tertentu, bisa berupa sikap pandangan atau sikap perasaan yang disertai dengan kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap terhadap objek tadi.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku adalah reaksi berupa tindakan ataupun perkataan seseorang yang sifatnya dapat diamati, digambarkan dan dicatat oleh orang lain akibat dari situasi yang dihadapi.

³² Kemendikbud, *Kbbi daring perilaku*, diakses pada 29 Januari 2020 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>

³³ Kartini Kartono, *Patologi Sosial 3: Kenakalan Remaja*, (Jakarta: CV. Rajawali, 1980), hlm. 53

³⁴ Bambang Syamsul Arifin, *Psikologi Sosial*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm.8



2. Pengertian Perilaku Konsumtif

Konsumtif menurut kamus besar Indonesia memiliki arti bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri).³⁵ Sedangkan menurut Setiaji perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi symbol keistimewaan.³⁶

Menurut Djamaludin Ancok mendeskripsikan bahwa perilaku konsumtif ialah lebih mengarah sikap masyarakat menjadi masyarakat pembuang produk (throw-away society), yang mana masyarakat suka ganti produk.³⁷ Pandangan ini dapat diartikan bahwa perilaku konsumtif merupakan konsumsi barang secara berlebihan dan pembelian produk yang bermacam-macam untuk mencapai kepuasan dalam diri individu sehingga merasa individu yang bersifat konsumtif lebih baik dan berbeda dengan individu lain.

Menurut Elly M. Setiadi dan Usman Kolip perilaku konsumtif terjadi disebabkan adanya dampaknya dari globalisasi, yang mana pola-pola

³⁵ Kemendikbud, *Kbbi daring Konsumtif*, diakses pada 29 Januari 2020 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>

³⁶ Khoirunnas, *Pola Konsumtif Mahasiswa di Kota Pekanbaru*, Jurnal JOM FISIP Vol.4 No 1 – Februari 2017, hlm.5

³⁷ Djamaludin Ancok, *Nuansa Psikologi Pembangunan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), cetakan pertama, hlm.60



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hidup kemewahan (hedonisme) menjadi dambaan dan pujian bagi seseorang.³⁸

Sumartono mengatakan bahwa perilaku konsumtif lebih mengarah pada pemakaian produk yang berlebihan dan tidak dihabiskan atau terbuang sia-sia.³⁹ Dalam hal ini menyatakan bahwa perilaku konsumtif pembelian barang konsumsi oleh konsumen cenderung produk yang kurang bermanfaat.

Dari beberapa pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan sebuah tindakan pada manusia sebagai konsumen dalam membeli dan memanfaatkan barang hasil produksi yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi suatu tanpa batas dimana konsumen lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.

3. Indikator Perilaku Konsumtif

Adapun indikator perilaku konsumtif yaitu:⁴⁰

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah
Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik

³⁸ Elly M. Setiadi dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi: Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011), hlm. 734

³⁹ Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, (Bandung: Alfabeta, 2002), hlm. 19

⁴⁰ Mowen Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 43



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.

- c. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi.

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.

- d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat).

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol atau status.

Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu symbol dari status sosialnya. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.

Individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli.

- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya.

h. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama dengan merk yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

B. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Konsumsi

1. Teori Konsumsi

Ilmu ekonomi merupakan ilmu yang telah lama berkembang. Di dalam ekonomi konvensional Ilmu ekonomi adalah ilmu yang membahas tentang bagaimana cara manusia menentukan pilihan dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya agar terpenuhi secara maksimal dan mencapai kepuasan dan kemakmuran yang paling maksimum.⁴¹

Menurut ekonomi Islam ilmu ekonomi merupakan ilmu yang mempelajari cara dalam menyediakan dan menaikkan daya produksi barang dan jasa atau berkaitan dengan produksi barang dan jasa. Ekonomi Islam adalah ketentuan yang berkenaan dengan cara produksi, distribusi, dan konsumsi serta kegiatan lainnya dalam mencari ma'isyah

⁴¹ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), hlm.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(penghidupan individu kelompok atau Negara) sesuai dengan ajaran Islam.⁴²

Konsumsi merupakan bagian dari studi ilmu ekonomi. Kegiatan ekonomi terdiri dari produksi, konsumsi, dan distribusi. Dalam kegiatan ekonomi konsumsi merupakan kegiatan yang paling penting. Dalam ekonomi konvensional perilaku konsumsi dituntun oleh dua nilai dasar, yaitu rasionalisme dan utilitarianisme. Kedua nilai dasar ini membentuk suatu perilaku yang *hedonistic materialistic* serta boros. Karena rasionalisme kebutuhan dalam ekonomi konvensional adalah *self interest*, perilaku yang cenderung individualistic, sehingga seringkali mengabaikan keseimbangan dan keharmonisan sosial.⁴³

Rasionalisme dalam ekonomi konvensional memiliki arti bahwa setiap konsumen yang melakukan konsumsi sesuai dengan sifatnya yaitu *homo economicus*. Secara spesifik konsumen akan bertindak untuk memenuhi kepentingannya sendiri. Oleh karena itu, rasionalisme bermakna pada usaha yang dilakukan untuk kepentingan sendiri yang senantiasa diukur dengan berapa banyak uang atau bentuk kekayaan lain yang diperoleh.⁴⁴

Perilaku konsumsi secara konvensional tidak dapat diterima begitu saja di dalam ekonomi Islam. Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur

⁴² Abul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 3

⁴³ Hendri Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), hlm. 119

⁴⁴ *Ibid*, hlm.120



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif. Saringan moral bertujuan menjaga kepentingan diri tetap berada di dalam batas-batas kepentingan sosial dengan mengubah preferensi individual semata menjadi preferensi yang serasi antara individual dan sosial, serta termasuk pula saringan dalam rangka mewujudkan kebaikan dan kemanfaatan.⁴⁵ Konsumsi dalam Islam berpedoman pada ajaran Islam yang tujuan utamanya untuk mencapai *maslahat*. Kandungan *maslahat* terdiri dari manfaat dan berkah. Seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material.⁴⁶

Kemudian yang termasuk batasan konsumsi dalam syari'ah adalah pelarangan *israf*, atau berlebih-lebihan. Perilaku *israf* diharamkan

⁴⁵ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006) hlm.12

⁴⁶ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008), hlm. 129



- Hak Cipta Dilindungi Und
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Namun demikian, Islam tetap membolehkan seorang Muslim untuk menikmati karunia kehidupan, selama itu masih dalam batas kewajaran.⁴⁷ Dalam Al-Qur'an surah Al-A'raf [7]: 31 dikatakan:

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

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (Q.S. Al-A'raf [7]: 31)⁴⁸

Selanjutnya difirmankan dalam Al-Quran surah Al-Maidah [5]:87:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. (Q.S. Al-Maidah [5]:87)⁴⁹

Arti penting yang dapat dipelajari dari ayat-ayat diatas adalah kenyataan bahwa kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik. Namun, bila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara yang berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada diri manusia tersebut. Banyak sekali efek buruk yang ditimbulkan karena *israf*, diantaranya adalah inefisiensi pemanfaatan sumber daya, egoisme, *self interest*, dan tunduknya diri terhadap hawa

⁴⁷ Muhammad Muflih, *Op Cit*, hlm. 15

⁴⁸ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Syaamil Qur'an, 2007), hlm. 154

⁴⁹ *Ibid*, hlm. 122



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

③ nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri. Oleh sebab itu, dalam menghapuskan perilaku *israf* Islam memerintahkan:

1. Memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat
2. Menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.

Dari sinilah kesejahteraan yang Islami itu dibangun. Kesejahteraan itu tidak tepat apabila diukur dengan ukuran kemewahan seseorang. Namun, kesejahteraan lebih tepat bila diukur menurut ukuran terpenuhinya *masalahat* lima kebutuhan dasar yang disokong oleh kelengkapan *hajiyyat* dan *tahsiniyat-nya*.⁵⁰

2. Perbedaan Kebutuhan dan keinginan

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Sebagai misal, genting dan pintu jendela merupakan kebutuhan suatu rumah tinggal. Demikian pula, kebutuhan manusia adalah segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia daripada makhluk-makhluk lainnya, misalnya, baju sebagai penutup aurat, sepatu sebagai pelindung kaki, dan sebagainya.⁵¹

⁵⁰ *Ibid*, hlm. 15-16

⁵¹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia, *Op Cit*, hlm. 130



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Keinginan adalah terkit dengan hasrat atau hrapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Misalnya, ketika seseorang membangun suatu rumah ia menginginkan adanya warna yang nyaman, interior yang rapi dan indah, ruangan yang longgar, dan sebagainya. Kesemua hal ini belum tentu menambah fungsi suatu rumah tinggal, namun akan memberikan suatu kepuasan bagi pemilik rumah. Keinginan terkait dengan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap suatu barang/ jasa, dan hal ini bersifat subjektif tidak bisa dibandingkan antarasatu dengan orang lain.

Perbedaan pilihan warna, aroma, desain dan sebagainya adalah cerminan mengenai perbedaan keinginan.⁵²

Secara umum, pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual atau pun material, sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis di samping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan masalah sekaligus kepuasan, namun jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi oleh keinginan, maka hanya akan memberikan manfaat semata. Dalam kasus, jika yang diinginkan bukan merupakan suatu kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan saja.

Secara umum dapat dibedakan antara kebutuhan dan keinginan sebagaimana dalam table berikut.

⁵² *Ibid*, hlm. 130

Tabel 3.1
Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan

Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hasrat (nafsu) Manusia	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat dan Berkah
Ukuran	Preferensi atau selera	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia akan meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang/jasa yang halal dan baik secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah *maslahah* atau tidak mendatangkan *madharat*.⁵³

C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

1. Iklan

a. Pengertian Iklan

Iklan secara etimologi berasal dari bahasa Latin, yaitu *‘ad-vere’* yang berarti mengoperkan pikiran dan gagasan kepada pihak lain. Sedangkan advertensi dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Inggris yaitu *‘advertising’*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) iklan memiliki arti berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan.⁵⁴ Secara sederhana, Rhenald Kasali mendefinisikan iklan

⁵³ *Ibid*, hlm. 131

⁵⁴ Kemendikbud, *Kbbi daring Iklan*, diakses pada 19 Maret 2020 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Sedangkan menurut Philip Kotler Iklan adalah salah satu bentuk promosi yang praktis, ekonomis, namun menjanjikan ekspektasi tinggi untuk membentuk nilai *benchmarking* produk atau jasa di mata konsumen.⁵⁵ Dapat berupa promosi penjualan sampai pemasaran langsung, acara dan sponsor, pengemasan, dan penjualan personal.⁵⁶

Iklan juga dapat diartikan sebagai bentuk komunikasi pemasaran dari produsen ke konsumen melalui media massa, seperti radio, surat kabar, majalah, dan sebagainya.⁵⁷

b. Manfaat Iklan

Iklan mempunyai 4 manfaat utama yaitu

1. Untuk menginformasikan kepada masyarakat luas mengenai seluk beluk produk (*informative*)
2. Untuk mempengaruhi masyarakat untuk membeli (*persuading*)
3. Untuk memperbaharui dan mengingatkan kembali informasi yang telah diterima masyarakat (*reminding*)
4. Menciptakan suasana yang menyenangkan saat masyarakat menerima dan mencerna informasi yang diberikan (*entertainment*).⁵⁸

⁵⁵ Kotler, Philip, *Op Cit*, hlm. 56

⁵⁶ Sandra Moriarty, Nancy Mitchell, William Wells, *Advertising*, (Jakarta: Kencana, 2011) hlm. 6

⁵⁷ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 344

⁵⁸ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI), 2008, hlm. 226



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

c. Indikator Iklan

Adapun indikator dalam iklan yaitu:

1. Attention (perhatian)

Tujuan sebuah iklan yang paling utama adalah mendapatkan perhatian. Suatu iklan harus dapat memberikan pesan yang dapat menimbulkan perhatian, baik dalam bentuk maupun media yang disampaikan yang bertujuan secara umum atau khusus kepada konsumen yang dijadikan target sasaran. Dengan kata lain, konsumen dapat memperhatikan sebuah pesan tersebut.

Alat penarik perhatian tersebut dapat berupa kepala berita yang besar, animasi computer, pernyataan mengejutkan, model atraktif, dan sebagainya. Namun alat penarik perhatian tidak boleh mengurangi, dan diharapkan akan membimbing langkah berikutnya, memperhatikan ketertarikan.⁵⁹

2. Interest (Ketertarikan)

Tertarik merupakan pesan yang disampaikan dapat menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin mengamati, dan ingin mendengar serta melihat lebih seksama. Hal tersebut terjadi karena adanya minat yang menarik perhatian konsumen terhadap pesan yang telah berhasil

⁵⁹ Joseph P. Cannon, Wiliam D. Perreault, Jr., E. Jerome McCarthy, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global Edisi 16 Buku 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009) hlm. 156



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyampaikan rasa keingin tahun lenih lanjut kepada calon pembeli atau calon konsumen.

Untuk memperhatikan ketertarikan, nada dan bahasa dari iklan harus sesuai dengan pengalaman serta sikap dari pelanggan target dan kelompok referensi mereka.⁶⁰

3. Desire (Keinginan)

Menumbuhkan keinginan untuk membeli suatu produk merupakan salah satu tugas tersulit iklan. Suatu iklan harus bisa meyakinkan pelanggan bahwa produk yang diiklankannya dapat memenuhi kebutuhan mereka. Kesaksian (testimonial) dapat meyakinkan konsumen bahwa orang lain dengan kebutuhan serupa menyukai produk tersebut.⁶¹

4. Action (Tindakan)

Tindakan terjadi dengan adanya keinginan kuat konsumen sehingga terjadi pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk yang ditawarkan. Keinginan kuat, sehingga memutuskan untuk membeli.

2. Konformitas

a. Pengertian Konformitas

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) konformitas adalah persesuaian, kecocokan, kesesuaian sikap dan perilaku dengan nilai dan kaidah yang berlaku.⁶²

⁶⁰ *Ibid*, hlm.157

⁶¹ *Ibid*, hlm. 158

⁶² Kemendikbud, *Kbbi daring konformitas*, diakses pada 29 Januari 2020 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Qasim Riau

Manusia cenderung mengikuti aturan-aturan yang ada dalam lingkungannya. Bila diperhatikan lebih luas, kebanyakan manusia mengikuti aturan tersebut. Aturan-aturan yang mengatur tentang cara kita bertingkah laku, disebut norma sosial (*social norms*). Manusia mencoba menyesuaikan diri dengan lingkungan agar dapat bertahan hidup. Cara yang termudah adalah melakukan tindakan yang sesuai dengan norma, dalam psikologi sosial dikenal sebagai konformitas. Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial.⁶³

Baron, Byrne dan Branscombe menjelaskan konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial.⁶⁴ Norma sosial dapat berupa *Injunctive Norms*, apa yang kebanyakan orang lakukan. Tekanan yang ada dalam norma sosial sesungguhnya memiliki pengaruh yang sangat besar. Tekanan-tekanan untuk melakukan konformitas sangat kuat, sehingga usaha untuk menghindari situasi yang menekan dapat menenggelamkan nilai-nilai personalnya.

Cialdini dan Goldstein menyatakan Conformity (Konformitas) adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau

⁶³ Sarwono, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 1997), hlm. 105-106

⁶⁴ R. Fitriani, Widodo, B.P, Fauziah, *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Gemuk Semarang*, *Journal Psikologi Undip*, Volume 12 (1), 2013, hlm. 55-68



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain.⁶⁵ David O'Sears menyatakan apabila seseorang melakukan perilaku tertentu secara sukarela karena disebabkan orang lain juga melakukannya disebut dengan konformitas.⁶⁶ Menurut Myers konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan seseorang sebagai akibat dari tekanan kelompok.⁶⁷

Konformitas tidak hanya sekedar bertindak dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga berarti dipengaruhi oleh sebagaimana mereka bertindak. Konformitas adalah bertindak atau berfikir secara berbeda diri tindakan dan fikiran yang biasa kita lakukan oleh kita sendiri. Oleh karena itu konformitas (Conformity) adalah perbuatan perilaku atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain agar terhindar dari celan dan ketersinggungan.

Pada umumnya individu cenderung untuk memiliki sikap yang konformis atau searah dengan sikap orang yang dianggapnya penting. Kecenderungan ini antara lain dimotivasi oleh keinginan untuk berafiliasi dan keinginan untuk menghindari konflik dengan orang yang biasanya dianggap penting bagi individu seperti orang tua, orang yang status sosialnya lebih tinggi, teman sebaya, dan sebagainya.⁶⁸

⁶⁵ Hurlock. E.B, *Psikologi Pengembangan Suatu Pendekatan Rentang Kehidupan* Terjemahan. Istiwi Daryati dan Soeradjo, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 29

⁶⁶ R. Fitriani, Widodo, B.P, Fauziyah, N, *Op Cit*, hlm. 55

⁶⁷ David G. Myers, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 253

⁶⁸ Sumartono, *Op Cit*, hlm. 95



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

b. Indikator Konformitas

Ada dua dasar pembentukan konformitas, yaitu:

1) Pengaruh normatif

Pengaruh normatif yaitu konformitas berdasarkan pada keinginan seseorang untuk memenuhi harapan dari orang lain, sering kali untuk mendapatkan penerimaan dari orang tersebut.⁶⁹

Konformitas normatif juga memainkan peran yang sangat penting dalam perilaku pembelian konsumen, yaitu dengan melihat-lihat produk barang atau layanan jasa yang digunakan oleh rekan, teman, atau kelompok sekitarnya.

2) Pengaruh informatif/informasional

Pengaruh informasional yaitu konformitas terjadi ketika seseorang menerima bukti tentang kenyataan yang diberikan oleh orang lain⁷⁰ atau pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk menjadi benar.

Konformitas informasional mempengaruhi perilaku pembelian konsumen dan membuat konsumen mencari informasi ketika mereka hendak membeli sesuatu produk atau jasa.

⁶⁹ David G. Myers, *Op.Cit*, hlm. 285

⁷⁰ *Ibid*,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. © Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Menurut KBBI gaya hidup merupakan pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat.⁷¹ Menurut Doni Juni Priansa gaya hidup berkaitan dengan bagaimana cara seseorang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia sekitar (opini).⁷² Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya.⁷³

Menurut perspektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatannya, dan memilih produk maupun jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternative dalam satu kategori jenis produk yang ada.⁷⁴

Gaya hidup mempresentasikan bagaimana hubungan individu dengan lingkungannya. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah cerminan kehidupan seseorang berupa kegiatan, minat dan pendapatannya dalam membelanjakan uang yang dimilikinya dan mengatur waktunya.

b. Jenis Gaya Hidup Konsumen

Secara umum, jenis gaya hidup konsumen terdiri dari:

⁷¹ Kemendikbud, *Kbbi daring Gaya²>>Gaya Hidup*, diakses pada 29 Januari 2020 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>

⁷² Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.185

⁷³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta Timur: Prenada Media, 2003), hlm. 148

⁷⁴ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 73



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Gaya Hidup Mandiri

Gaya hidup mandiri merupakan salah satu fenomena yang populer dalam kehidupan perkotaan. Perusahaan harus memahami dengan baik terkait dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan gaya hidup yang mandiri. Gaya hidup mandiri biasanya mampu terlepas dari budaya konsumerisme, karena konsumen tersebut menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta mampu berfikir inovasi dan kreatif dalam menunjang kemandiriannya tersebut.

b. Gaya Hidup Sehat

Gaya hidup sehat adalah pilihan sederhana yang sangat tepat untuk dijalankan. Hidup dengan pola makan, pikir, kebiasaan dan lingkungan yang sehat-sehat dalam arti kata mendasar adalah segala hal yang dapat dilakukan untuk memberikan hasil yang baik dan positif.

c. Gaya hidup modern

Di zaman sekarang ini yang serba modern dan praktis, menuntut masyarakat untuk tidak ketinggalan dalam segala hal termasuk dalam bidang teknologi. Gaya hidup modern konsumen dimana dalam kehidupan sarat akan penggunaan teknologi dan informasi digital. Konsumen jenis ini sering melek dengan teknologi baru dan harga bukan merupakan pertimbangan utama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya tersebut.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Gaya hidup hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitas untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak bermain, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

e. Gaya hidup hemat

Konsumen dengan gaya hidup yang hemat, adalah konsumen yang mampu berfikir secara ketat terkait dengan pengelolaan keuangan yang dilakukannya. Konsumen seperti ini mampu berfikir mana konsumsi yang harus diprioritaskan dan mana konsumsi yang dapat ditunda.

f. Gaya hidup bebas

Gaya hidup bebas adalah suatu seni yang budayawan oleh setiap orang. Pilihan gaya hidup seseorang merupakan pilihan bagaimana dan seperti apa ia menjadi anggota dalam masyarakat. Gaya hidup bebas sedang marak di kalangan remaja, terutama di kota besar. Gaya hidup bebas tersebut dampak dari pemahaman bahwa yang *update* adalah yang hidup bebas. Misalnya banyak remaja saat ini yang berpakaian terbuka dan seksi, banyak yang tinggal dan hidup bersama namun tanpa ikatan pernikahan, dan gaya hidup bergaul dengan mengkonsumsi narkoba. Konsumsi seperti ini biasanya menampilkan diri sebagai konsumen yang rendah dalam menggunakan kemampuan kognitifnya.⁷⁵

⁷⁵ Donni Juni Priansa, *Op Cit*, hlm. 186



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

c. Indikator Gaya Hidup

Psiko grafis adalah ilmu tentang pengukuran dan pengelompokan gaya hidup konsumen. Psiko grafis sering diartikan sebagai pengukuran *Activity, interest, opinion* (AIO), secara rinci dijabarkan sebagai berikut:⁷⁶

a. Kegiatan (*Activities*)

Berkaitan dengan pernyataan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang, serta berbagai aktivitas lainnya.

b. Minat (*Interest*)

Minat berhubungan dengan kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen. Minat juga berkaitan dengan objek, peristiwa, ataupok tertentu yang menjadi perhatian khusus maupun terus-menerus bagi konsumen.

c. 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 dating, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternative.

⁷⁶ *Ibid*, hlm.189

Dari masing-masing kategori diperlihatkan dalam table dari plummer (dalam Engel, 1993) sebagai berikut:

Tabel 3.2
Demensi Gaya Hidup

Kegiatan (<i>Activities</i>)	Minat (<i>Interest</i>)	Pendapat (<i>Opinion</i>)
Liburan	Mode	Diri mereka sendiri
Hiburan	Rekreasi	Isu Sosial
Berbelanja	Makanan	Produk
Kerja	Media	Masa depan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan, dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru secara signifikan adalah faktor iklan dan faktor gaya hidup. Dilihat dari masing-masing t hitung dan nilai signifikannya yaitu faktor iklan ($3,277 / \text{sig. } 0,001$), dan faktor gaya hidup ($5,440 / \text{sig. } 0,000$) $> t$ table yakni sebesar $0,2028$ dengan $\text{sig} < 0,05$. Dan faktor konformitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dimana $0,677 > 0,2028$ dengan signifikannya $0,5 > 0,05$. Nilai R Square $38,3\%$ yang berarti bahwa pengaruh variable independent (faktor iklan, faktor konformitas, dan faktor gaya hidup) terhadap variable dependen (perilaku konsumtif) sebesar $38,3\%$ sedangkan $61,7\%$ dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
2. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kos di jalan Buluh Cina kelurahan Simpang Baru tidak sesuai dengan Ekonomi Islam, karena mahasiswa dalam berbelanja melebihi batas kebutuhan yang diperlukan, karena terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saran-Saran

Dari kesimpulan di atas, maka terdapat sejumlah saran yang dapat menjadi pertimbangan. Beberapa saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk mahasiswa agar dalam membeli suatu produk/Jasa terlebih dahulu mencari informasi yang cukup dan Ketika membeli suatu produk tersebut pada saat benar-benar membutuhkannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar bisa meneliti lebih dalam dan luas lagi mengenai permasalahan perilaku konsumtif. Melakukan penelitian yang tidak hanya dikalangan mahasiswa, tetapi masyarakat umum dengan permasalahan yang lebih kompleks. Dan menambah variable-variabel lain yang bisa mempengaruhi perilaku konsumtif.



DAFTAR PUSTAKA

- © Hak Cipta UIN Suska Riau
 © Hak Cipta UIN Suska Riau
 © Hak Cipta UIN Suska Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Ancok, D. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Angipora, M. P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anto, H. (2003). *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Arifin, B. S. (2015). *Psikologi Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arifin, I. (2010). *Membuka Cakrawala Ekonomi*. Bandung: PT. Setia Purna Inves.
- Aziz, A. (2008). *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Cannon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (2009). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global Edisi 16 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chatijah, S., & Purwadi. (2007). Hubungan Antara Religiusitas dengan Sikap Konsumtif Remaja. *Humantas*.
- Departemen Agama RI. (2007). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bandung: Syaamil Quran.
- E.B, H. (2002). Psikologi Pengembangan Suatu Pendekatan Rentang Kehidupan. In I. Daryati, & Soeradjo. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: universitas Diponegoro.
- Indonesi, P. U. (2008). *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. Raja Grafindo.
- Juliana. (2013). Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan. *Jurnal pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*.
- Kartono, K. (1980). *Patologi Sosial: Kenakalan Remaja*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Kemendikbud. (2020, Januari 29). *KBBI Daring*. Retrieved from <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- khoirunnas. (2017). Pola Konsumtif Mahasiswa di Kota Pekanbaru. *Jurnal JOM FISIP*.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid Ke-2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kountar, R. (2008). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PPM.



1. Mahdi A., & Mujahidin. (2014). *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Thesis, & Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
2. Mansur. (2017). *Preferensi Konsumsi Keluarga Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Institut Agama Islam Negeri Salatiga, vol. 11, no.2
3. Monks, & Dkk. (2010). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
4. Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2011). *Advertising*. Jakarta: Kencana.
5. Muflih M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo.
6. Murniatiningsih, E. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar, Ekonomi, dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMP Negeri di Surabaya Barat. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*.
7. Myers, D. G. (2010). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Empat.
8. Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
9. Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
10. Priansa, D. J. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
11. R., F., Widodo, B. P., & Fauziah. (2013). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Gemuk Semarang. *Journal Psikologi Undip*.
12. Sarwono. (1997). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Empat.
13. Sesurya, S. A. (2019). Perilaku Konsumtif Pada Laki-Laki "Zaman Now" Pengguna Aplikasi "Online shop" dalam Membeli Barang di Surabaya. *Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
14. Setiabudi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta Timur: Prenada Media.
15. Setiadi E. M., & Kolip, U. (2011). *Pengantar Sosiologi: Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Grup.
16. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
17. Sukarno Wibowo & Dedi Supriadi. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
18. Sukirno, S. (2012). *mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Saliyato. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryoto, D. (2011). *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: CAPS.
- Suryana, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suyano, B. (2014). *Sosiologi EKonomi kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Postmodernisme*. Jakarta: Prenadamedia.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 1: Kuesioner

KUESIONER

Responden yang terhormat,

Nama saya Nafisah Raudhatil Jannah, Saya adalah Mahasiswa S1 Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang sedang melakukan penelitian pada Mahasiswa kos di jalan Buluh Cina. Untuk itu, mohon kesediaan Teman-teman untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini. Tidak ada jawaban SALAH dalam pengisian kuesioner ini dan identitas teman-teman akan kami rahasiakan. Atas bantuan teman-teman kami ucapkan banyak Terimakasih.

I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pertanyaan dengan teliti dan pilihlah jawaban yang menurut Bapak/Ibu sesuai
2. Berilah tanda ceklis (✓) ataupun silang (X) pada jawaban yang paling sesuai menurut Anda.

Keterangan Jawaban :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

II. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Semester :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Jenis Kelamin : Laki – Laki / Perempuan
4. Jurusan :

III. PERTANYAAN

1. Siapakah teman yang sering bersama anda selama diperkuliahan?
 - a. Teman sekelas
 - b. Teman organisasi
 - c. Teman sekolah dulu
 - d.
2. Apa pekerjaan orang tua anda saat ini?
 - a. Guru/Dosen
 - b. Petani/Buruh
 - c. Wiraswasta/Pegawai
 - d.
3. Dari mana sumber uang saku anda?
 - a. Orang tua
 - b. Bekerja
 - c. Orang tua dan bekerja
 - d.
4. Berapa rata-rata uang saku anda perbulan?
 - a. 100.000 – 300.000
 - b. 300.000 – 500.000
 - c. 500.000 – 1.000.000
 - d. >1.000.000
5. Berapa besar biaya pengeluaran anda dalam belanja/bulannya?
 - a. 100.000 – 300.000
 - b. 300.000 – 500.000
 - c. 500.000 – 1.000.000
 - d. >1.000.000

1. KUESIONER PENELITIAN

Variabel (X_1) Iklan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya sering memperhatikan visualisasi, model dan slogan iklan yang ditayangkan di media cetak, media elektronik, dan media outdoor.					
2	Saya sering melihat iklan yang ditayangkan melalui media offline (Televisi, Majalah, Koran) dan media online (FB, WA, Instagram, Twitter, Youtube).					
3	Apabila saya merasa tertarik dengan tayangan iklan suatu produk/layanan jasa maka biasanya saya akan berusaha mencari informasi secara detail.					
4	Setelah memiliki informasi yang cukup mengenai produk/layanan jasa yang menarik minat saya, saya akan merencanakan membeli saat benar-benar butuh.					
5	Saya akan membeli suatu produk/layanan jasa setelah memperoleh informasi yang cukup mengenai produk tersebut dan benar-benar sedang membutuhkannya.					
6	Saya akan membeli suatu produk walaupun saya tidak membutuhkannya.					

2. KUESIONER PENELITIAN

Variabel (X₂) Konformitas

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan melakukan apapun agar dapat diterima sebagai anggota kelompok dalam komunitas saya.					
2	Saya ingin tampil sama, serasi dan kompak seperti teman/komunitas saya termasuk dalam hal berpakaian, maupun memilih merk produk tertentu					
3	Saya takut dibenci dan dikucilkan apabila tidak melakukan sesuatu seperti yang dilakukan teman/kelompok/komunitas saya.					
4	Saat ada ajakan untuk membeli suatu produk/jasa dari teman-teman/komunitas, saya terbiasa bertanya dahulu dan mencari informasi dari produk/jasa yang akan saya beli.					
5	Bila produk/jasa yang ditawarkan oleh teman-teman/komunitas tak sesuai dengan selera saya dan tak memiliki benefit, maka saya akan menolak membeli.					

3. KUESIONER PENELITIAN

Variabel (X₃) Gaya Hidup

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Berbelanja kegiatan yang saya sukai, saya sering meluangkan waktu jalan-jalan berbelanja atau melihat-lihat produk di Mall bersama teman atau kelompok.					
2	Saya selalu <i>update</i> trend mode fashion dan gadget terbaru yang menjadi gaya hidup					

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	3	Sosialita saat ini.					
	4	Saya lebih memilih untuk membeli produk import bermerk (<i>branded</i>) yang harganya mahal.					
	5	Saya membeli suatu produk atau layanan jasa tertentu untuk menjaga penampilan dan gengsi saya dimata teman-teman saya.					
	6	Produk mahal bermerk (<i>branded</i>) yang saya beli dapat mencerminkan selera tinggi dan kelas status sosial saya.					

4. KUESIONER PENELITIAN

Variabel (Y) Perilaku Konsumtif

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan membeli suatu prodck apabila disertai dengan potongan diskon dan pemberian hadiah (bonus) tertentu.					
2	Kemasan suatu produk yang rapi juga menentukan saat saya ingin membeli produk tersebut. Saya suka berbelanja produk dengan kemasan yang unik dan lucu.					
3	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadilebih keren, gaul dan trendy.					
4	Terkadang saya membeli produk bermerk yang harganya mahal untuk sekedar gengsi supaya tidak dibilang ketinggalan zaman.					
5	Dalam membeli produk, harga produk tidak menjadi prioritas pertimbangan utama. Saya lebih focus pada mutu, kualitas dan merk dari produk yang saya beli.					
6	Menurut saya, produk import, mahal, dan bermerk merupakan jaminan kualitas dan					

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang	7	Keputusan bagi pemiliknya.				
	8	Membeli dan memiliki produk import dan bermerek (<i>branded</i>) mencerminkan simbol status sosial saya.				
	9	Saya suka menggunakan produk yang diiklankan oleh artis idola saya, karena saya meyakini produk yang diiklankan oleh <i>public figure</i> adalah produk andalan.				
	10	Saya meyakini bahwa dengan membeli dan menggunakan produk mahal dan bermerek akan meningkatkan rasa percaya diri seseorang.				
		Terkadang saya suka membandingkan kualitas produk dengan jalan membeli dan menggunakan dua produk sejenis dengan merek yang berbeda.				

Disetujui pembimbing,

Madona Khairunisa, SE. I., ME. Sy.
NIK. 130 217 028

Lampiran 2: Tabel-Tabel Statistik

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 3: Tabulasi Data Kuisisioner

NO	Iklan						Konformitas						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	TOTAL
1	4	4	4	4	5	3	24	4	4	5	4	5	22
2	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	4	5	20
3	5	4	4	4	5	2	24	3	5	3	5	4	20
4	5	4	4	4	4	2	23	5	5	3	4	4	21
5	5	4	4	3	4	4	24	5	4	4	4	5	22
6	5	4	4	4	5	2	25	5	4	5	4	4	22
7	4	4	5	4	5	2	24	4	5	4	5	4	22
8	5	4	4	4	4	3	24	4	5	3	5	4	21
9	4	4	5	5	5	3	26	3	4	5	4	5	21
10	4	4	3	4	4	2	21	5	5	4	4	4	22
11	4	4	3	4	4	2	21	4	3	5	4	4	20
12	3	4	4	4	4	3	21	5	5	5	4	4	23
13	4	4	4	4	4	5	25	4	4	5	4	4	21
14	4	4	4	4	4	5	25	4	5	3	4	4	20
15	4	4	4	4	4	2	23	3	5	4	4	5	21
16	3	4	4	4	5	3	24	4	3	5	5	3	20
17	4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	5	5	22
18	5	4	4	5	5	5	30	4	4	5	4	4	21
19	4	4	4	3	4	2	20	3	4	3	4	4	18
20	4	4	4	4	4	2	22	3	2	4	4	4	17
21	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	4	24
22	3	4	4	4	4	4	22	4	4	4	4	3	19
23	3	4	4	4	5	3	23	3	4	3	4	3	17
24	5	4	4	5	5	2	26	3	3	5	4	4	19
25	5	4	4	4	4	3	25	4	3	2	4	4	17

Cipta Diindungi Undang-Undang
 Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif

26	4	4	4	4	24	3	4	4	3	3	17
27	5	4	5	2	26	2	3	3	5	2	15
28	3	5	5	2	23	4	3	4	4	5	20
29	3	4	4	3	20	3	3	2	4	4	16
30	4	4	4	3	23	3	3	4	4	3	17
31	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	19
32	5	4	3	3	23	3	3	3	3	5	17
33	4	3	3	3	21	4	4	3	3	4	18
34	3	4	4	3	24	4	4	3	3	5	19
35	4	4	3	3	22	4	3	3	4	4	18
36	4	3	4	3	21	3	3	2	4	5	17
37	4	4	5	4	24	4	2	3	4	5	18
38	4	5	5	5	28	5	5	5	4	5	24
39	4	4	5	4	25	4	4	4	4	5	21
40	4	4	4	3	24	4	4	3	3	3	17
41	3	4	5	4	22	3	3	4	5	4	19
42	4	4	5	3	25	3	3	3	4	4	17
43	5	4	4	4	26	3	3	2	5	5	18
44	4	3	4	4	24	2	3	3	3	4	15
45	3	4	4	2	21	2	2	3	4	4	15
46	3	4	4	3	21	3	2	4	4	4	17
47	2	4	4	4	22	4	3	5	5	5	22
48	4	4	4	5	25	5	5	3	4	5	22
49	4	4	4	2	22	5	4	5	3	5	22
50	3	5	4	2	21	3	3	2	4	4	16
51	2	5	5	5	24	4	2	4	5	4	19
52	4	2	4	2	20	5	4	5	3	4	21
53	5	5	4	2	25	5	3	3	5	5	21
54	5	4	4	5	27	3	4	4	3	4	18

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Cipta Dilindungi Undang-undang
 larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan su
 Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 larang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

55	4	4	4	2	22	4	4	4	5	4	21
56	3	4	4	2	20	4	5	5	4	4	22
57	4	4	4	3	22	4	3	3	4	4	18
58	4	4	3	4	23	4	3	3	4	4	18
59	4	4	5	4	25	4	5	5	5	4	23
60	4	4	4	5	23	5	4	4	5	5	23
61	3	4	5	5	24	4	5	5	5	4	23
62	4	4	4	2	20	3	3	4	5	4	19
63	5	4	3	5	24	4	5	5	5	4	23
64	4	4	4	2	20	4	4	4	3	4	19
65	3	4	4	3	21	4	5	5	4	4	22
66	4	4	4	2	22	4	4	3	4	5	20
67	4	4	5	4	24	4	4	3	5	5	21
68	3	4	4	5	22	5	4	4	3	5	21
69	3	4	4	3	21	3	4	5	4	4	20
70	4	4	4	4	23	3	3	4	4	4	18
71	4	4	4	3	23	5	5	5	4	4	23
72	3	4	4	4	20	5	2	3	4	4	18
73	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	2	22	3	5	5	4	4	21
75	5	4	3	5	27	4	5	5	4	4	22
76	4	4	4	5	26	3	4	5	4	5	21
77	5	4	5	5	29	4	3	3	4	4	18
78	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	21
79	3	4	4	5	25	4	5	4	4	5	22
80	5	4	4	3	22	4	4	3	3	5	19
81	5	4	5	2	25	5	4	3	5	5	22
82	4	4	3	3	21	5	4	4	3	3	19
83	5	4	4	3	24	5	5	4	5	5	24

Hak cipta milik Universitas of Sultan Syarif
 Cipta Dilindungi Undang-undang
 larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan
 Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 larang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

84	4	4	3	4	4	3	22	4	4	3	4	4	19
85	3	4	3	3	4	20	4	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	3	23	3	5	4	5	4	4	21
87	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	3	3	21	3	5	3	5	5	5	21
89	4	4	4	4	4	23	3	4	3	4	4	4	18
90	5	4	4	5	4	25	4	4	5	4	4	4	21
91	5	4	4	4	3	26	3	5	3	5	5	5	21
92	5	4	4	4	4	26	4	4	2	5	5	5	20
93	4	4	4	4	3	23	3	4	3	4	5	5	19
94	4	4	4	4	2	22	4	4	4	4	4	5	21
95	4	4	4	4	2	23	4	5	4	4	4	4	21
96	5	4	4	5	4	25	5	5	4	4	4	5	23

NO	Gaya Hidup						Perilaku Konsumtif										TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	
1	4	3	4	3	3	15	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	37
2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
3	5	5	4	3	2	20	4	5	4	3	5	2	5	5	4	4	41
4	4	2	4	4	4	17	5	4	4	3	4	5	3	2	4	4	38
5	5	3	4	3	3	18	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	36
6	4	3	4	3	3	17	3	4	4	2	3	5	4	4	2	3	34
7	4	2	4	4	4	19	4	4	3	2	5	3	3	5	3	4	36
8	5	2	4	4	4	17	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	35
9	5	5	4	5	3	22	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	36
10	4	4	4	3	4	17	5	3	4	3	3	4	4	4	3	3	36
11	4	4	4	4	4	20	5	3	4	4	4	3	3	3	3	5	37
12	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
13	5	5	4	4	3	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	3	4	2	3	17	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38

Cipta Diindungi Undang-undang
 rang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber
 Penelitian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 rang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber

hak cipta milik UIN Suska Riau
 Cipta Diindungi Undang-undang
 rang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber

44	4	2	3	3	15	3	4	3	3	4	3	3	4	5	5	37
45	5	3	4	4	17	4	4	3	2	3	4	3	2	4	4	33
46	4	4	4	4	17	4	3	4	5	3	2	2	5	3	3	34
47	4	4	3	3	15	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	39
48	4	1	4	4	13	3	4	4	4	5	3	2	2	3	3	33
49	5	3	4	4	20	4	4	4	4	3	3	5	4	3	3	37
50	4	5	4	3	20	3	4	5	4	5	5	3	5	5	3	42
51	4	5	4	4	19	3	3	3	5	5	3	4	4	3	4	37
52	5	5	3	3	22	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4	40
53	5	3	4	4	19	4	3	4	4	5	5	3	3	5	3	39
54	4	5	4	4	18	4	4	4	2	4	3	3	2	4	2	32
55	4	3	4	4	19	5	3	5	3	4	4	4	3	3	3	37
56	5	3	4	4	20	4	3	3	3	4	4	3	2	4	4	34
57	5	3	5	5	21	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	36
58	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
59	4	3	4	4	18	3	4	4	4	5	2	2	5	3	3	35
60	3	2	5	5	16	5	3	3	2	5	4	3	4	3	3	35
61	3	3	4	4	17	3	4	3	2	5	3	2	3	3	4	32
62	3	2	5	4	16	4	4	4	2	3	5	3	3	2	3	33
63	4	3	2	5	18	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	35
64	4	3	5	4	21	4	5	5	4	4	2	2	2	3	4	35
65	5	4	3	4	19	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	36
66	4	4	3	5	19	3	5	5	3	4	3	3	3	3	4	36
67	4	3	5	2	18	4	5	5	3	4	4	3	4	3	4	39
68	4	3	4	4	17	3	3	3	2	3	5	4	4	3	2	32
69	4	3	4	4	19	4	3	4	3	4	3	2	2	2	3	30
70	3	4	3	3	15	3	4	4	4	4	5	3	3	5	5	40
71	3	4	3	3	17	5	4	3	3	4	3	3	4	2	4	35
72	5	4	3	3	19	4	43	3	2	3	4	5	3	3	3	73

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pengutipan hanya untuk keperluan penelitian dan penulisan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Pengutipan dan memperbanyak sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber UIN Suska Riau.

Pengutipan dan memperbanyak sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber UIN Suska Riau.

Pengutipan dan memperbanyak sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber UIN Suska Riau.

Pengutipan dan memperbanyak sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber UIN Suska Riau.

Pengutipan dan memperbanyak sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber UIN Suska Riau.

Pengutipan dan memperbanyak sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber UIN Suska Riau.

73	4	4	4	4	20	3	3	3	2	5	4	5	4	5	4	38
74	4	4	4	2	15	4	4	3	2	4	2	2	2	2	2	27
75	4	3	3	5	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	5	2	3	3	16	4	5	3	2	4	4	2	3	3	3	33
77	5	3	3	3	16	3	3	5	2	3	3	3	3	4	2	31
78	4	3	4	3	16	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	38
79	4	3	3	5	21	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	32
80	4	3	4	5	20	5	5	3	2	3	4	3	3	3	2	33
81	5	5	4	2	19	5	4	4	2	3	3	3	2	3	3	32
82	4	3	2	3	15	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
83	4	4	3	3	18	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	34
84	4	4	4	3	19	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
85	4	3	5	4	19	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	36
86	4	4	4	4	19	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	36
87	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	36
88	5	5	3	4	22	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35
89	4	4	4	3	19	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
90	4	3	4	4	17	5	5	4	4	4	4	4	2	5	4	41
91	4	5	4	4	19	4	4	5	3	3	2	4	4	4	5	38
92	5	4	4	4	20	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	38
93	4	4	3	3	19	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	39
94	3	5	4	3	19	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	41
95	4	5	4	4	22	3	4	4	4	4	4	2	2	5	5	37
96	4	4	5	3	21	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	42

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 Pengutipan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya tanpa memuat nama dan menyebutkan sumber:
 Pengutipan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 4: Hasil Penelitian

UJI INSTRUMEN PENELITIAN
A. UJI VALIDITAS

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL_IKLAN
P1	Pearson Correlation	1	.507**	-.023	-.099	.024	.081	.511**
	Sig. (2-tailed)		.000	.826	.336	.815	.431	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
P2	Pearson Correlation	.507**	1	.097	-.041	-.016	-.025	.476**
	Sig. (2-tailed)	.000		.349	.691	.879	.806	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
P3	Pearson Correlation	-.023	.097	1	.187	.262**	.115	.511**
	Sig. (2-tailed)	.826	.349		.068	.010	.264	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
P4	Pearson Correlation	-.099	-.041	.187	1	.371**	.038	.414**
	Sig. (2-tailed)	.336	.691	.068		.000	.712	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
P5	Pearson Correlation	.024	-.016	.262**	.371**	1	-.065	.439**
	Sig. (2-tailed)	.815	.879	.010	.000		.532	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
P6	Pearson Correlation	.081	-.025	.115	.038	-.065	1	.558**

	Sig. (2-tailed)	.431	.806	.264	.712	.532		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL_IKLAN	Pearson Correlation	.511**	.476**	.511**	.414**	.439**	.558**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

orrelations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	TOTAL_KOMFIRMITAS
Q1	Pearson Correlation	1	.338**	.258*	-.025	.224*	.661**
	Sig. (2-tailed)		.001	.011	.811	.028	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Q2	Pearson Correlation	.338**	1	.310**	.100	.115	.717**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.333	.263	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Q3	Pearson Correlation	.258*	.310**	1	.005	-.102	.608**
	Sig. (2-tailed)	.011	.002		.964	.322	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Q4	Pearson Correlation	-.025	.100	.005	1	.082	.344**
	Sig. (2-tailed)	.811	.333	.964		.425	.001
	N	96	96	96	96	96	96

Q5	Pearson Correlation	.224*	.115	-.102	.082	1	.405**
	Sig. (2-tailed)	.028	.263	.322	.425		.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL_KOMFIRMITAS	Pearson Correlation	.661**	.717**	.608**	.344**	.405**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL_GAYA_HIDUP
Y1	Pearson Correlation	1	.188	.153	-.046	.075	.400**
	Sig. (2-tailed)		.066	.136	.653	.467	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.188	1	.290**	.129	-.100	.587**
	Sig. (2-tailed)	.066		.004	.210	.331	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	.153	.290**	1	.140	.131	.669**
	Sig. (2-tailed)	.136	.004		.174	.205	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	-.046	.129	.140	1	.262**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.653	.210	.174		.010	.000

	N	96	96	96	96	96	96
Y5	Pearson Correlation	.075	-.100	.131	.262**	1	.479**
	Sig. (2-tailed)	.467	.331	.205	.010		.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL_GAYA_HIDUP	Pearson Correlation	.400**	.587**	.669**	.571**	.479**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	TOTAL_PRILAKU_KONSUMTIF	
Z1	Pearson Correlation	1	.158	.092	.140	-.008	.049	.239*	.064	.064	-.038	.340**
	Sig. (2-tailed)		.125	.372	.175	.937	.638	.019	.539	.537	.712	.001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Z2	Pearson Correlation	.158	1	.250*	.001	.133	.021	-.041	-.068	.071	.047	.275**
	Sig. (2-tailed)	.125		.014	.990	.197	.837	.692	.512	.493	.650	.007
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Z3	Pearson Correlation	.092	.250*	1	.288**	.191	.051	.140	.017	.171	.085	.432**
	Sig. (2-tailed)	.372	.014		.004	.062	.624	.173	.871	.096	.408	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Z4	Pearson Correlation	.140	.001	.288**	1	.243*	.154	.376**	.220*	.344**	.237*	.644**

	Sig. (2-tailed)	.175	.990	.004		.017	.135	.000	.031	.001	.020		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		96
Z5	Pearson Correlation	-.008	.133	.191	.243*	1	.078	.067	.246*	.289**	.096		.466**
	Sig. (2-tailed)	.937	.197	.062	.017		.451	.515	.016	.004	.353		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		96
Z6	Pearson Correlation	.049	.021	.051	.154	.078	1	.397**	.081	.316**	.206*		.489**
	Sig. (2-tailed)	.638	.837	.624	.135	.451		.000	.432	.002	.044		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		96
Z7	Pearson Correlation	.239*	-.041	.140	.376**	.067	.397**	1	.347**	.268**	.148		.616**
	Sig. (2-tailed)	.019	.692	.173	.000	.515	.000		.001	.008	.151		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		96
Z8	Pearson Correlation	.064	-.068	.017	.220*	.246*	.081	.347**	1	.254*	.128		.490**
	Sig. (2-tailed)	.539	.512	.871	.031	.016	.432	.001		.012	.213		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		96
Z9	Pearson Correlation	.064	.071	.171	.344**	.289**	.316**	.268**	.254*	1	.334**		.647**
	Sig. (2-tailed)	.537	.493	.096	.001	.004	.002	.008	.012		.001		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		96
Z10	Pearson Correlation	-.038	.047	.085	.237*	.096	.206*	.148	.128	.334**	1		.476**
	Sig. (2-tailed)	.712	.650	.408	.020	.353	.044	.151	.213	.001			.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96		96
TOTAL_PRI	Pearson Correlation	.340**	.275**	.432**	.644**	.466**	.489**	.616**	.490**	.647**	.476**		1

LAKU_KON	Sig. (2-tailed)	.001	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
SUMTIF	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).





1. Diarang me
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI REALIBILITAS

1. FAKTOR IKLAN

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	96	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	96	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	7

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

2. FAKTOR KONFORMITAS

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	96	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	96	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	6

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



1. Dilarang untuk menyalin, mengutip, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya tulisan ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

dan menyebutkan sumber:

3. FAKTOR GAYA HIDUP

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.700	6

4. PERILAKU KONSUMTIF

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	98.0
	Excluded ^a	2	2.0
	Total	98	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

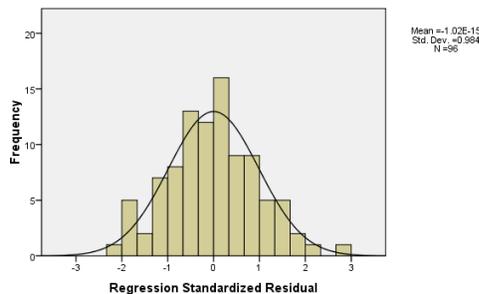
Cronbach's Alpha	N of Items
.655	10

UJI ASUMSI KLASIK

A. UJI NORMALITAS

Histogram

Dependent Variable: TOTAL_PERILAKU_KONSUMTIF

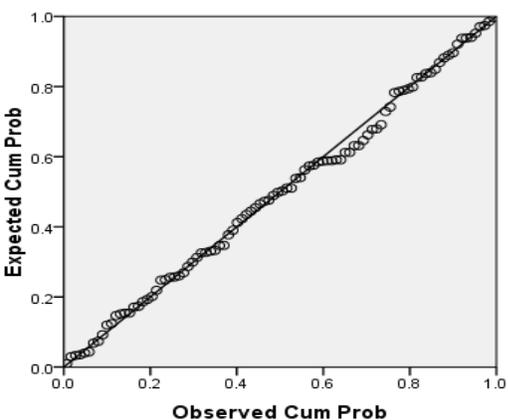


RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

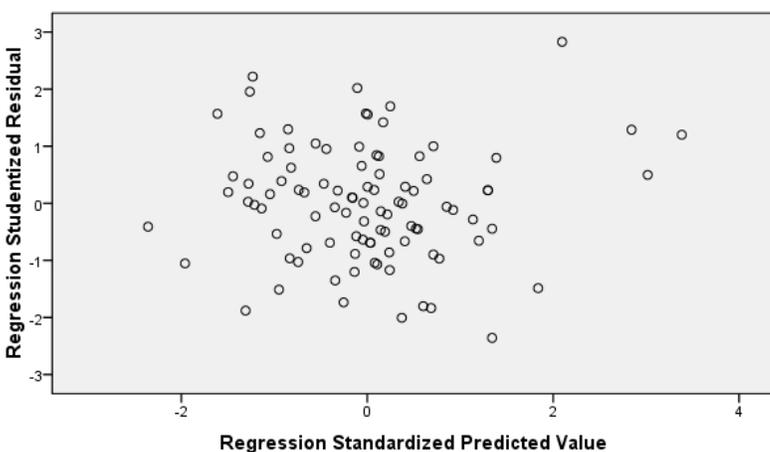
Dependent Variable: TOTAL_PERILAKU-KONSUMTIF



UJI HETEROSKEDASTISITAS

Scatterplot

Dependent Variable: TOTAL_PERILAKU_KONSUMTIF



C. UJI MULTIKOLINERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.808	4.484		1.518	.132	
	TOTAL_IKLAN	.525	.160	.276	3.277	.001	.945
	TOTAL_KOMFORMITAS	.112	.165	.061	.677	.500	.840
	TOTAL_GAYA_HIDUP	.810	.149	.481	5.440	.000	.858

D. UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.383	.362	3.187

a. Predictors: (Constant), TOTAL_GAYA_HIDUP, TOTAL_IKLAN, TOTAL_KOMFORMITAS

sumber:
nan laporan, penulisan kritik atau tinjauan su
:apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

amic University of Sultan Syarif

UJI HIPOTESIS PENELITIAN

A. ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.808	4.484		1.518	.132		
	TOTAL_IKLAN	.525	.160	.276	3.277	.001	.945	1.058
	TOTAL_KOMFORMITAS	.112	.165	.061	.677	.500	.840	1.191
	TOTAL_GAYA_HIDUP	.810	.149	.481	5.440	.000	.858	1.165

a. Dependent Variable: TOTAL_PRILAKU_KONSUMTIF

C. UJI PARSIAL (UJI T)

D. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.808	4.484		1.518	.132		
	TOTAL_IKLAN	.525	.160	.276	3.277	.001	.945	1.058
	TOTAL_KOMFORMITAS	.112	.165	.061	.677	.500	.840	1.191
	TOTAL_GAYA_HIDUP	.810	.149	.481	5.440	.000	.858	1.165

D. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.808	4.484		1.518	.132		
	TOTAL_IKLAN	.525	.160	.276	3.277	.001	.945	1.058
	TOTAL_KOMFORMITAS	.112	.165	.061	.677	.500	.840	1.191
	TOTAL_GAYA_HIDUP	.810	.149	.481	5.440	.000	.858	1.165

a. Dependent Variable: TOTAL_PRILAKU_KONSUMTIF

C. UJI SIMULTAN (UJI F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	579.046	3	193.015	19.006	.000 ^a
	Residual	934.288	92	10.155		
	Total	1513.333	95			

a. Predictors: (Constant), TOTAL_GAYA_HIDUP, TOTAL_IKLAN, TOTAL_KOMFORMITAS

b. Dependent Variable: TOTAL_PRILAKU_KONSUMTIF

D. KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.619 ^a	.383	.362	3.187	2.295

a. Predictors: (Constant), TOTAL_GAYA_HIDUP, TOTAL_IKLAN, TOTAL_KOMFORMITAS

b. Dependent Variable: TOTAL_PRILAKU_KONSUMTIF

mencantumkan dan menyebutkan sumber:
1, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan su
uska Riau.
eluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA KOS DI JALAN BULUH CINA KELURAHAN SIMPANG BARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM”**, yang ditulis oleh:

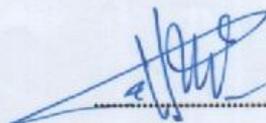
Nama : **NAFISAH RAUDHATIL JANNAH**
NIM : 11625200907
Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

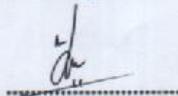
Pekanbaru, 9 Juli 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Drs. H. Heri Sunandar, MCL



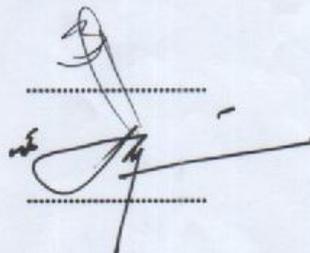
Sekretaris
Nuryanti, SE.I, ME, Sy



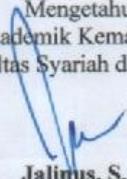
Penguji I
Muhammad Nurwahid, MA



Penguji II
Dr. H. Muh. Said, HM, MA, MM



Mengetahui :
Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Syariah dan Hukum


Jalinus, S.Ag
NIP. 19750801 200701 1 023



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : NAFISAH RAUDHATIL JANNAH

NIM : 11625200907

Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Judul : *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos Di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*

Pembimbing : Madona Khairunisa, SE. I., ME. Sy

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 14 Juli 2020

Pimpinan Redaksi



M. Alpi Svahrin, SH., MH., CPL

NIP. 198804302019031010

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kost Di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam, ditulis oleh saudari :

Nama : Nafisah Raudhatil Jannah
NIM : 11625200907
Program Studi : Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada : 16 Desember 2019
Hari / Tanggal : Senin, 16 Desember 2019
Narasumber : Jonnius, SE, MM

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

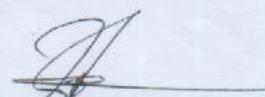
Kasubbag Adm.Umum dan Keuangan
Fakultas Syariah dan Hukum



Eri Suriyanto, SH.I
NIP. 196702181993031006

Pekanbaru, 02 Januari 2020

Narasumber



Jonnius, SE, MM
NIP. 196806162014111002

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون
FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/3336/2020
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 09 Juni 2020

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : NAFISAH RAUDHATIL J.
NIM : 11625200907
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : Kelurahan Simpang Baru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kost di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan



Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nafisah Raudhatil Jannah
NIM : 11625200907
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 22 April 1998
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Hukum
Universitas : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
Riau (UIN SUSKA RIAU)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”** adalah benar dari hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari saya terbukti bahwa skripsi ini bukan dari hasil karya saya sendiri, duplikat, plagiat atau dibuat oleh orang lain, baik secara keseluruhan atau sebagian besar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan



NAFISAH RAUDHATIL JANNAH
NIM. 11625200907



**PEMERINTAH KOTA PEKANBARU
KECAMATAN TAMPAN**

ALAMAT : JALAN H.R SUBRANTAS NO.52 TELP. (0761) 63317
PEKANBARU

SURAT KETERANGAN

NOMOR : 42 / KT / VII / 2020

NAMA : NAFISAH RAUDHATIL JANNAH
NIM : 11625200907
FAKULTAS : SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU
JURUSAN : EKONOMI SYARIAH
JENJANG : S.1

Berkenaan dengan surat Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru Nomor: 071/BKBP-SKP/2020/1408 tanggal 22 Juni 2020 perihal Rekomendasi Penelitian, bahwa nama tersebut di atas telah melakukan pengambilan data / meneliti di wilayah Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dengan judul penelitiannya :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA KOST DI JALAN BULUH CINA
KELURAHAN SIMPANG BARU DITINJAU MENURUT EKONOMI
ISLAM**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 07 Juli 2020

ABU BARRI, S.IP
 Camat Tk.I
 NIP. 19861120 200701 1 001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PEMERINTAH KOTA PEKANBARU
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

JL. ARIFIN AHMAD NO. 39 TELP. / FAX. (0761) 39399 PEKANBARU

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 071/BKBP-SKP/2020/1408

- a. Dasar :
1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.
 2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.
 3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Perangkat Daerah.
 4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
 5. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 9 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Pekanbaru.
- b. Menimbang :
- Rekomendasi dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, nomor 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/32974 tanggal 11 Juni 2020, perihal pelaksanaan kegiatan Penelitian Riset/Pra Riset dan pengumpulan data untuk bahan Skripsi.

MEMBERITAHUKAN BAHWA :

1. Nama : NAFISAH RAUDHATIL JANNAH
2. NIM : 11625200907
3. Fakultas : SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU
4. Jurusan : EKONOMI SYARIAH
5. Jenjang : S1
6. Alamat : LK. TERATAK DESA PASIR SIALANG KEC. BANGKINANG SEBERANG-KAMPAR
7. Judul Penelitian : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA KOST DI JALAN BULUH CINA KELURAHAN SIMPANG BARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM
8. Lokasi Penelitian : KANTOR KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU

Untuk Melakukan Penelitian, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan Riset/Pra Riset/ Penelitian dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan Riset ini berlangsung selama 1 (satu) tahun terhitung mulai tanggal Surat Keterangan Penelitian ini dibuat.
3. Berpakaian sopan, mematuhi etika Kantor/Lokasi Penelitian, bersedia meninggalkan photo copy Kartu Tanda Pengenal.
4. Melaporkan hasil Penelitian kepada Walikota Pekanbaru c.q Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru, paling lambat 1 (satu) minggu setelah selesai.

Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 22 Juni 2020

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kota Pekanbaru
Sekretaris



H. MAISISCO, S.Sos, M.Si
Pembina
NIP. 19710514 199403 1 007

Tembusan

- Yth :
1. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau di Pekanbaru.
 2. Yang Bersangkutan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmpmsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/32974
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/3336/2020 Tanggal 9 Juni 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama	:	NAFISAH RAUDHATIL JANNAH
2. NIM / KTP	:	11625200907
3. Program Studi	:	EKONOMI SYARIAH
4. Jenjang	:	S1
5. Alamat	:	PEKANBARU
6. Judul Penelitian	:	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA KOST DI JALAN BULUH CINA KELURAHAN SIMPANG BARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM
7. Lokasi Penelitian	:	KOST DI JALAN BULUH CINA KELURAHAN SIMPANG BARU

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 11 Juni 2020



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU**

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama lengkap penulis adalah Nafisah Raudhatil Jannah lahir di Kota Pekanbaru, Riau 22 April 1998, penulis adalah anak sulung dari pasangan bapak Drs. Muhammad Saleh dan ibu Elvi Yulismi S.Pd, penulis sekarang bertempat tinggal di Lingkungan Teratak, Kelurahan Pasir Sialang, Kecamatan Bangkinang Seberang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Pendidikan yang ditempuh penulis

yaitu:

1. SDN 022 Muara Mahat Baru Kecamatan Tapung Sampai Tahun 2007
2. SDN 039 Muara Uwai Kecamatan Bangkinang Seberang Lulus Tahun 2010
3. SMPN 1 Bangkinang Lulus Tahun 2013
4. SMAN 1 Bangkinang Lulus Tahun 2016
5. S1 UIN Sultan Syarif Kasim Riau Lulus Tahun 2020

Pada saat jenjang S1 penulis berada di jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Suarif Kasim Riau. Penulis menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam” dan Alhamdulillah penulis dinyatakan LULUS dan sekaligus mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) tepat pada tanggal 30 Juni 2020.