UIN SUSKA RIAU

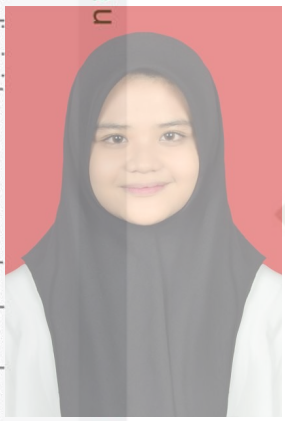
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan 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

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF *IMPULSIVE BUYING* (BELANJA IMPULSIF) MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Syariah dan Hukum



MUFIDAH ADZKIYA
NIM. 11820523002

PROGRAM S1
EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2022 M/ 1443 H

Lampiran Surat :
Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : MUFIDAH ADZKIYA
NIM : 11820523002
Tempat/Tgl. Lahir : Padang Sidempuan, 09 Februari 2001
Fakultas/Pascasarjana : SYARIAH & Ilmu Hukum
Prodi : EKONOMI SYARIAH
Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:
ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF IMPLUSIVE BUYING (BELANJA IMPLUSIF) MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya besedia menerima sanksi sesua peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 28 Juli 2022
Yang membuat pernyataan

METERAI TEMPEL 10000 61A87AJX203520015

Mufidah Adzkiya
NIM : 11820523002

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

UIN SUSKA RIAU

© Hakcipta 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.

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **"Analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* (Belanja Impulsif) Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah"**, yang ditulis oleh :

Nama : Mufidah Adzkiya

NIM : 11820523002

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, 7 April 2022

Madona Khairunisa, ME.Sy

NIP. 130217028

UIN SUSKA 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

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : **"Analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* (belanja impulsif) Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah"**, yang ditulis oleh :

Nama	: MUFIDAH ADZKIYA
NIM	: 11820523002
Program Studi	: Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan pada :

Hari / Tanggal	: Senin, 18 Juli 2022
Waktu	: 08.00 WIB
Tempat	: Ruang Peradilan Semu

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

Pekanbaru, 25 Juli 2022 M

TIM PENGUJI MUNAQASAH

Ketua
Muslim, S Ag, M.Hum. .....

Sekretaris
Syamsurizal, S.E, M.Sc, Ak. .....

Penguji I
Wali Saputra, S.E., MA. .....

Penguji II
Darnilawati, S.E, M.Ec. .....

Mengetahui:
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Zulkifli, M.Ag
NIP. 19741006 200501 1 005

UIN SUSKA RIAU

© 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.

MOTTO

"SESUNGGUHNYA TUHANKU AMAT DEKAT LAGI MEMPERKENANKAN (DOA HAMBANYA)."

(Q.S HUD: 114)

UIN SUSKA 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

ABSTRAK

Mufidah Adzkiya, (2022): Analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* (Belanja Impulsif) Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Setiap individu tentu saja memiliki kebutuhan masing-masing dan mereka mencoba untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan cara yang berbeda. Ada yang memenuhi kebutuhan secara wajar, dan ada yang berlebihan.Banyaknya persediaan barang yang melimpah dan kecanggihan teknologi yang semakin berkembang, sehingga banyaknya pilihan membuat masyarakat untuk tertarik dan mengonsumsi barang tersebut.Masyarakat bersaing untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka, bahkan sesuatu yang bukan menjadi kebutuhan utama pun dipaksa untuk terpenuhi karena adanya keinginan yang kuat untuk memiliki atau mengkonsumsi.Perilaku konsumtif ini cenderung ditemui pada kalangan remaja. Remaja merupakan target pemasaran berbagai produk industri karena karakteristik remaja yang cenderung labil dan mudah dipengaruhi. Hal itu mendorong munculnya berbagai gejala perilaku konsumsi yang tidak wajar, seperti membeli suatu barang yang bukan atas dasar kebutuhannya.Remaja juga cenderung selalu ingin memiliki barang-barang dan berlebihan dalam berkonsumsi.Sikap yang berlebihan ini lah yang dikatakan perilaku konsumtif.

Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui perilaku konsumtif *impulsive buying* yang terjadi dikalangan mahasiswa ekonomi syariah serta untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap perilaku konsumtif.Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif.Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.Sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 yang berjumlah 25 orang.Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 berada pada konsumtif yang cukup rendah, mereka tidak membeli produk karena iming-iming, tidak juga membeli barang karena kemasan menarik, membeli barang atas pertimbangan harga sehingga tidak memaksakan ekonomi, walaupun mereka mencoba lebih dari dua produk yang serenis sebagai koleksi, namun itu masih bisa dikontrol.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, *Impulsive Buying*

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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadirat Allah *subhanahu wata'ala,* karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi **"Analisis Perilaku Konsumti *Impulsive Buying* Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syariah Kasim Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah"** ini tepat pada waktunya. Sholawat dan salam senantiasa diucapkan kepada Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wasallam* sebagai *rahmatan lil`alamin* yang telah berjuang membawa umatnya dari alam kegelapan dan penuh kebodohan hingga ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada program studi Ekonomi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, dukungan, bantuan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya dan sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang menjadi bagian dalam penyelesaian skripsi ini, di antaranya:

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

1. Teristimewa buat Ayahanda "Drs. H. Muslim(Alm)" dan Ibunda "Eliyati, A.M. Keb,S.Kep" yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, mendorong, memotivasi dan memberikan cinta dan kasih sayang hingga hari ini. Hal yang sama penulis ucapkan kepada Kedua abang saya, Audri Mulia Al Ghiyats, S.Farm. Apt, dan Emir Khaddafi, S.Ilpus, serta segenap keluarga besar yang memberikan dukungan materi dan non materi, yang senantiasa memberikan kasih sayang dan dukungan motivasi hidup yang sangat amat luar biasa sehingga hari ini terus berjuang dalam mencapai keinginan dan cita-cita;
2. Bapak Prof. Dr. Hairunas Rajab M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Sultas Syarif Kasim Riau beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pengetahuan di kampus Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau;
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau;
4. Bapak Dr. H. Erman, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau;
5. Bapak Muhammad Nurwahid, S.Ag., M.Ag selaku Ketua JurusanEkonomi 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;

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

6. Ibu Madona Khairunisa, S.E.I., M.E.Sy. yang telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik;
7. Bapak Deni Rahmatillah S.E.Sy., M.E.Sy. selaku Dosen Penasehat Akademis yang telah membimbing penulis selama menjalani perkuliahan;
8. Bapak/ Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis mendapatkan ilmu yang bermanfaat dan membantu penulis mengerti apa yang belum penulis mengerti;
9. Terimakasih kepada teman terbaik ; Rusfita, Nur Azizah, Alsyifa Damayanti, Agi Dasra, Nadia Rambe, Tazki Al Fitrah, Mutia Asiah, Septiana, Linda Fentiyani, Febrina Wulandari, dan Ardian Hasril yang senantiasa menyemangati dan mendoakan penulis;
10. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah, terkhusus kelas D angkatan 2018 yang menjadi teman belajar dan mengembangkan potensi diri penulis dan semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demikianlah skripsi ini diselesaikan dengan semampu penulis, semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, kepada Allah *subhanahu wata'ala* penulis menyerahkan diri dan memohon pertolongan.

Wassalammu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekanbaru, Juni 2022
Penulis

MUFIDAH ADZKIYA
NIM. 1182052300

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
UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
KATA PENGANTAR ..... **ii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Batasan Masalah 8
C. Rumusan Masalah 8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 8
1. Tujuan Penelitian 8
2. Berikut beberapa manfaat penelitian: 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
A. Perilaku 10
1. Pengertian Perilaku 10
2. Bentuk-bentuk Perilaku 11
B. Perilaku Konsumtif 11
1. Pengertian Perilaku Konsumtif 11
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif 13
3. Indikator Perilaku Konsumtif 19
C. Impulsive Buying 21
D. Perilaku Konsumsi Dalam Islam 23
E. Penelitian Terdahulu 27
BAB III METODE PENELITIAN **30**
A. Jenis Penelitian 30
B. Lokasi Penelitian 30
C. Subjek dan Objek Penelitian 30
D. Populasi dan Sampel 31
E. Sumber Data 32
F. Teknik Pengumpulan Data 33
G. Teknik Analisis data 34

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

H. Gambaran Umum Jurusan Ekonomi Syariah 36
1. Profil Jurusan Ekonomi Syariah 36
2. Visi dan Misi Jurusan Ekonomi Syariah 37
3. Tujuan Jurusan Ekonomi Syariah 38
4. Struktur Organisasi Jurusan Ekonomi Syariah 38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 39

A. Analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 39
1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 39
B. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 43

BAB V PENUTUP 48

A. Kesimpulan 48
B. Saran 49

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

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

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Mahasiswa Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2018 5
Tabel 3.1 Jumlah Populasi 29
Tabel 3.2 Prodi Studi Ekonomi Syariah..... 36
Tabel 4.1 Mahasiswa yang diwawancarai..... 37
Tabel 4.2 Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin 38
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Berbelanja Barang Menarik Secara Mendadak Walaupun Tidak Dibutuhkan..... 39
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Merasa Cemas Jika Barang yang Diinginkan Belum Terbeli 40
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Membeli Tanpa Pikir Panjang Jika Ada Barang yang Menarik 40
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Memilah Memilih Barang Sebelum Membeli..... 41
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Membeli Barang Menarik KetikaDiskonBesar-Besaran Walaupun Tidak Dibutuhkan 42
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Membeli Tas, Baju, Sepatu BaruWalaupun yang Lama Masih Bagus 42
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Memilih Menabung Ketika Ada Uang Lebih 42
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengutamakan Membeli Barang Sesuai Kebutuhan..... 43
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Membeli Barang Berdasarkan Pertimbangan HargaBukan Berdasarkan Kegunaan Barang Tersebut 43
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Ketika Berbelanja Mengutamakan Kesesuaian Harga Sesuai Dengan Kemampuan Keuangan Pribadi..... 43

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap individu tentu saja memiliki kebutuhan masing-masing dan mereka mencoba untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan cara yang berbeda. Ada yang memenuhi kebutuhan secara wajar, dan ada yang berlebihan.Banyaknya persediaan barang yang melimpah dan kecanggihan teknologi yang semakin berkembang, sehingga banyaknya pilihan membuat masyarakat untuk tertarik dan mengonsumsi barang tersebut.Masyarakat bersaing untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka, bahkan sesuatu yang bukan menjadi kebutuhan utama pun dipaksa untuk terpenuhi karena adanya keinginan yang kuat untuk memiliki atau mengkonsumsi.

Dalam ilmu ekonomi, konsumsi diartikan sebagai pemakaian barang untuk mencukupi kebutuhan secara langsung. Konsumsi adalah pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan manusia hidup aman dan sejahtera.Terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi dalam berkonsumsi, diantaranya konsumsi pada barang-barang yang baik (halal), berhemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi utang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran.[1]

Islam sebagai agama yang sempurna dan Al-Qur'an sebagai pedoman dalam kehidupannya telah memberikan batasan-batasan dalam berkonsumsi. Arahan islam agar menghindari perilaku konsumtif dibagi menjadi tiga

[1] Idri, *Hadis Ekonomi dan Ekonomi Islam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta, Prenadamediagroup, 2015), h.97.

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

hal,yaitu: (a). pertama, jangan boros, seorang muslim dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya; (b). kedua, seimbangkan pengeluaran dan pemasukan, seorang muslim hendaknya mampu menyeimbangkan antara pemasukan dan pengelurannya, sedapat mungkin tidak berhutang: (c). ketiga, tidak bermewah-mewahan. Kemewahan yang dimaksud adalah tenggelam dalam kenikmatan hidup berlebih-lebihan dengan cara serba menyenangkan.[2]

Dalam firman Allah SWT:

وَٱلَّذِينَ إِذَآ أَنفَقُواْ لَمۡ يُسۡرِفُواْ وَلَمۡ يَقۡتُرُواْ وَكَانَ بَيۡنَ ذَٰلِكَ قَوَامٗا ٦٧

Artinya: "Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara yang demikian". (Q.S Al-Furqan: 67)[3]

Ayat di atas menjelaskan arti penghematan dan tidak berlebih-lebihan.Ayat tersebut mengajarkan umat Muslim untuk hidup dalam kesederhanaan dan tidak berlebihan dalam membelanjakan harta mereka.Perintah hidup moderat atau sederhana (berada di pertengahan antara keduanya).

Konsumsi Islam tidak dapat dipisahkan dari peran kehidupan, karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan juga memberikan saringan moral dan membelanjakan harta, sekaligus memotivasi pendapatan untuk hal-hal yang

[2] http://iqt.unida.gontor.ac.id/mengatasi-perilaku-konsumtif-dalam-al-quran/ Diakses 2 November 2021, 17:48 WIB.
[3] Q.S. Al-Furqan (25): 67.

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

lebih efektif.[4]Namun masyarakat menjadikan konsumsi bukan sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar manusia, tetapi hanya sekedar keinginan pribadi yang bukan termasuk kebutuhan pokok.

Batasan konsumsi dalam Islam adalah pelarangan israf atau berlebih-lebihan.Perilaku israf diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal.Pelarangan konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab.Pengharaman komoditi karena zatnya berbahaya bagi tubuh dan berbahaya bagi jiwa.Sedangkan pengharaman yang bukan zatnya, memiliki kaitan langsung dalam membahayakan moral dan spiritual. Namun, islam tetap membolehkan seorang Muslim untuk menikmati karunia kehidupan selama masih dalam batas kewajaran.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang maupun menggunakan jasa hanya semata untuk memenuhi kepuasan pribadi dan tidak lagi memandang apa manfaat jasa tersebut. Proses pembelian tersebut merupakan pembelian impulsif. Pembelian impulsif sebagai tindakan tanpa pertimbangan dan disertai respon emosi yang kuat.Dijelaskan secara rinci bahwa pembelian impulsif adalah pembelian yang tidak reflektif, sebenarnya tidak diharapkan, terjadi secara spontan, diiringi dengan adanya muncul keinginan yang mendadak untuk

[4] Yolanda Hani, Pola Perilaku Konsumsi Islam Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas, *Jurnal JESTT*, Vol.2, No.7, h.570.

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

membeli produk-produk tertentu dan dimanifestasikan dalam sebuah reaksi terhadap suatu stimulus dari produk.[5]

Perilaku konsumtif ini cenderung ditemui pada kalangan remaja.[6] Remaja merupakan target pemasaran berbagai produk industri karena karakteristik remaja yang cenderung labil dan mudah dipengaruhi. Hal itu mendorong munculnya berbagai gejala perilaku konsumsi yang tidak wajar, seperti membeli suatu barang yang bukan atas dasar kebutuhannya.[7]Remaja juga cenderung selalu ingin memiliki barang-barang dan berlebihan dalam berkonsumsi.Sikap yang berlebihan ini lah yang dikatakan perilaku konsumtif.

Ada dua kekuatan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ini yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis.[8]Dalam teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler, bahwa faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Pada dasarnya kedua pendapat ini sama namun dikelompokkan dengan cara yang berbeda. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

UIN SUSKA RIAU

[5]Paulus Henrietta, Impulsive Buying pada dewasa awal di Yogyakarta, Vol.11, No.2, 2012, h.2.

[6]Lestari, O.D., "Hubungan antara Konformitas dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada SIswa Sekolah X", *Jurnal Psikologi IIndustri dan Organisasi*, Vol.5 No.1, h.2.

[7] I Farida, *Determinan Kejadian Anemia Pada Remaja Putri di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus Tahun 2006*, (Kudus: STAIN, 2006), h.31.

[8]Lestari O.D, *Op. Cit*, h.3.

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

Dampak yang dapat dirasakan remaja dari segi ekonomi yaitu ketika remaja terus melakukan perilaku konsumtif ini maka dia tidak lagi dapat mengatur keuangannya dengan baik. Sementara dampak dari segi psikologis yaitu remaja akan mengalami tekanan jika keinginannya tidak dapat terpenuhi. Sementara dampak yang dapat dirasakan remaja dari segi sosial yaitu remaja akan terus mengikuti atribut yang banyak digemari tanpa mau menjadi diri sendiri.[9]

Definisi remaja untuk masyarakat Indonesia dapat menggunakan batasan usia 11-24 tahun. Mahasiswa merupakan bagian dari remaja, apabila disesuaikan dengan umur remaja masyarat Indonesia. Mahasiswa sama halnya dengan masyarakat pada umumnya yang memiliki pemenuhan akan kebutuhan. Kebutuhan mahasiswa terdiri dari alat tulis, buku untuk kuliah, transportasi dan kebutuhan lainnya.

Tabel I.1
Data Mahasiswa Ekonomi Syariah
Tahun Angkatan 2018

No	Program Studi	2018
1	Ekonomi Syariah	243

Sumber Data: Bag.Akademik Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau, 2022

Hasil wawancara pra-penelitian dari beberapa Mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau menyatakan bahwa ada beberapa mahasiswa yang berperilaku konsumtif.Mahasiswa menggunakan uang sakunya tidak tepat, seperti

[9] Effendi, U, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.27.

membelanjakan diluar dari kebutuhan utama, serta tidak menyisihkan untuk hal yang bersifat penting atau dadakan.Bahkan ada yang sampai berhutang kepada teman karena uang saku bulanannya sudah habis sebelum pengiriman selanjutnya.[10]

Faktor salah satunya yaitu pada gaya hidup dan kelompok referensi. Gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli.Gaya hidup juga sering dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam membeli sesuatu. Hal ini berarti, individu dalam membeli suatu produk mengacu pada gaya hidup yang dianutnya.[11] Sedangkan dalam kelompok referensi, mahasiswa akan membeli suatu barang dengan bujukan atau rayuan dari teman yang memakai barang lagi trend masa kini. Oleh karena itu, mereka akan melakukan konsumsi sesuai dengan keinginannya agar bisa mengikuti fashion yang lagi *trend* masa kini.[12]

Seperti itulah kondisi yang terjadi pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, terkhusus kepada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018, seharusnya dengan pengetahuan keuangan yang mereka pelajari bisa meminimalisir perilaku

[10]Hasil wawancara Penulis dengan responden, 20 juli 2022.

[11] Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), Cet.1, h.29.

© 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.

konsumtif.Kecenderungan terhadap sesuatu yang mewah dan suka menghambur-hambur uang untuk hal yang bukan prioritas.

Hal ini terjadi karena pengelolaan keuangan mahasiswa yang kurang baik.Kecenderungan terhadap sesuatu yang mewah dan suka menghambur-hambur uang untuk hal yang bukan prioritas.Aspek boros yang tidak bisa mengenali mana perbedaan antara kebutuhan dan keinginan yang sering terjadi dikalangan mahasiswa merupakan indikasi dari perilaku konsumtif.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fikriya Ilma Rosyida dengan judul "Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Al Fatimah Darussalam Mekar Agung Pucanganom Kebonsari Madiun Dalam Perspektif Ekonomi Islam". Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa santriwati berperilaku konsumtif dan tidak sesuai dengan prinsip konsumsi Islam. Perbedaan penelitian yang akan saya teliti terletak pada sampel dan subjek serta lokasi.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik ingin membahas permasalahan dengan melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying*(Belanja Impulsif)Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah"**

UIN SUSKA RIAU
© 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.

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

B. Batasan Masalah

Agar masalah ini tidak menyimpang dari sasaran dan tujuan penelitian, serta dapat mengetahui sejauh mana penelitian dapat dimanfaatkan. Maka penulis hanya mengkhususkan kepada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 dan hanya kepada m ahasiswa yang tidak tinggal bersama orangtua ataupun saudara.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang dikemukakan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumtif *impulsive buying* mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap perilaku konsumtif *impulsive buying* mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Untuk menganalisis perilaku konsumtif *impulsive buying* mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018.
b. Mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif *impulsive buying* mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018.

2. Berikut beberapa manfaat penelitian:

a. Memberikan informasi kepada masyarakat dan mahasiswa tentang apa itu perilaku konsumtif *impulsive buying*.

b. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis secara khus tentang pengembangan pengetahuan perilaku konsumtif *impulsive buying* agar terhindar dari perilaku tersebut.

© 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.

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

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku

1. Pengertian Perilaku

Perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.[13]Perilaku merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan.Perilaku merupakan respon seseorang terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya.

Perilaku merupakan suatu tindakan yang dapat diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik didasari maupun tidak.Perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi.[14]Dari dua pendapat di atas, dapat penulis simpulkan perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi antara manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan.

UIN SUSKA RIAU

[13] Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, artikel dari*https://kbbi.web.id/perilaku Diakses 20 Juli 2022*: 22:25 WIB.

[14] Siti Halimah, " Perilaku Tenaga Kerja Wanita (TKW) dalam mengatasi kecemasan di pjtki citra catur utama karya ponorogo", (Disertasi: Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2018), h.9.

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

2. Bentuk-bentuk Perilaku

Dilihat dari bentuk respons terhadap stimulus, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua:

a. Bentuk pasif / Perilaku tertutup (*covert behavior*)

Respons seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respons atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran dan sikap yang terjadi pada seseorang yang menerima stimulus tersebut dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

b. Perilaku terbuka (*overt behavior*)

Respons terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktik, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat orang lain.[15]

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Konsumtif dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti bersifat konsumtif (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri).[16]Konsumsi adalah pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan manusia hidup aman

[15]*Ibid*, h.12.

[16] Departemen Pendidikan Nasional, *op. cit*., h.278.

UIN SUSKA RIAU

© 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.

sejahtera. Menurut Yusuf al-Qardhawii, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi dalam berkonsumsi, diantaranya: konsumsi pada barang-barang yang baik (halal), berhemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi utang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran.[17]

Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT:

فَلَنَقُصَّنَّ عَلَيۡهِم بِعِلۡمٖۖ وَمَا كُنَّا غَآئِبِينَ ٧

Artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan;karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu." (Al-A'raf :7)[18]

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli sesuatu yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, tetapi karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.[19]Perilaku konsumtif sebagai suatu keinginan dalam mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal.[20]

Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan hanya sebagai gaya hidup yang bermewah-mewahan. Perilaku konsumtif adalah tindakan

[17] Idri, *Op.cit.*, h.98.

[18]Q.S. Al-A'raf (7): 7.

[19] Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h.31.

[20]*Ibid*, h.32.

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

membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.[21]

Adapun aspek-aspek dalam perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

a. *Impulsive buying* : aspek ini menunjukkan bahwa seseorang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.
b. *Non rational buying* : suatu perilaku di mana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan.
c. *Wasteful buying* : perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.[22]

2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif sebagai berikut:

1. Faktor Budaya

Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumtif konsumen.

[21] *Ibid*, h.33.

[22] Eni Lestari, Hasnah Karimah, Desi Harlina, "Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja", *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*,Vol.2, No.2, h.5.

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

1) Kultur : determinan paling fundamental dari keinginan perilaku seorang. Anak memperoleh serangkaian nilai (*values*), persepsi, preferensi dan perilaku melalui keluarganya dan institusi-institusi utama lainnya.[23]

2) Subkultur : setiap kultur terdiri dari sub-subkultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi para anggotanya. Subkultur mencangkup kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan daerah geografis.

3) Kelas Sosial : divisi atau kelompok yang relatif homogeni dan tetap dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarkis dan anggota-anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang mirip.

2. Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan (kelompok referensi), kelurga, serta peran dan status sosial.

1) Kelompok Acuan : kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Ini merupakan kelompok di mana orang tersebut ikut serta dan berinteraksi. Sebagian kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja.

[23] Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Depok: PT Grafindo Persada, 2019), Cet.9, h.113.

2) Keluarga : anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Kita bisa membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli. Keluarga orientasi terdiri dari orang tua seseorang. Dari orang tua, seseorang memperoleh orientasi terhadap agama, politik, dan ekonomi serta pemahaman atas ambisi pribadi, penghargaan pribadi dan cinta.

Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga prokreasi seseorang, yakni pasangan hidup (suami/istri) dan anak-anaknya.

3) Peran dan Status : seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya; keluarga, klub, organisasi. Posisi orang tersebut dalam setiap kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Setiap peran membawa suatu status. Orang akan memilih produk yang mengomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat.[24]

3. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup; pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

[24]*Ibid*, h.117.

© 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.

1) Usia dan Tahap Siklus Hidup : orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Konsumsi juga dipengaruhi oleh tahap-tahap dalam siklus hidup keluarga. Para pemasar sering memilih kelompok siklus hidup sebagai pasar sasaran mereka. Orang dewasa mengalami peralihan atau transformasi tertentu sepanjang hidupnya. Para pemasar memberikan perhatian khusus pada keadaan hidup yang berubah; bercerai, menduda atau menjanda, menikah lagi, dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi.
2) Pekerjaan : pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat lebih dari rata-rata pada produk dan jasa mereka.
3) Kondisi Ekonomi : pilihan produk sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi seseorang. Kondisi ekonomi meliputi pendapatan yang bisa dibelanjakan (tingkat pendapatan, stabilitas, dan pola waktunya), tabungan dan kekayaan (termasuk persentase yang *likuid)*, utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap belanja *versus* menabung.

Pasar sasarannya jelas kelompok berpendapatan tinggi yang membaca majalah semacam itu dan memiliki komputer sehingga bisa mengakses promosi tersebut.Para pemasar barang-barang yang sensitive terhadap pendapatan selalu

© 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.

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

memperhatikan tren-tren yang terjadi dalam pendapatan pribadi, tabungan, dan suku bunga.

4) Gaya Hidup : orang-orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda. Banyak pemasar menggunakan konsep yang berhubungan dengan kepribadian; konsep diri *(self image)*. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan seseorang.[25]

4. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama, motivasi, persepsi, pengetahuan (*learning)*, serta keyakinan dan sikap.

a) Motivasi : seseorang memiliki banyak kebutuhan pada setiap waktu tertentu. Sedangkan kebutuhan bersifat biogenik. Kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan tensi atau ketegangan seperti rasa lapar, haus, tidak senang. Kebutuhan yang lain bersifat psikogenik. Kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan tensi seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa kepemilikan.

b) Sebagian besar kebutuhan psikogenik tidak cukup kuat untuk memotivasi orang tersebut untuk bertindak secara langsung.

[25]*Ibid*, h.119.

Suatu kebutuhan menjadi motif apabila telah mencapai tingkat intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang agar bertindak.

c) Persepsi : seseorang yang termotivasi akan siap bertindak. Bagaimana orang yang termotivasi tersebut akan benar-benar bertindak dipengaruhi persepsinya mengenai situasi tertentu. Persepsi didefinisikan sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang bermakna.

d) Keyakinan dan sikap : melalui bertindak dan belajar, orang-orang memperoleh keyakinan dan sikap. Kedua faktor ini kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Keyakinan adalah pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Perusahaan-perusahaan sangat tertarik pada keyakinan yang dianut orang mengenai produk dan jasa mereka. Keyakinan ini membentuk citra produk dan merek.

Sikap menjelaskan evaluasi kognitif, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan seseorang yang suka atau tidak suka terhadap objek atau ide tertentu. Sikap seseorang membentuk pola konsisten dan untuk mengubah sebuah sikap mungkin membutuhkan penyesuaian besar terhadap sikap yang lain. Sebuah perusahaan sebaiknya menyesuaikan produknya

© 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.

dengan sikap yang sudah ada daripada berusaha untuk mengubah sikap orang.[26]

3. Indikator Perilaku Konsumtif

Ada beberapa indikator dalam perilaku konsumtif, yaitu:

a. Membeli produk karena iming-iming

   Individu dalam membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

b. Membeli barang bila kemasannya menarik

c. Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan menarik.

d. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

e. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya. Bertujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang mampu menarik perhatian orang.Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

f. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)

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

g. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

[26]*Ibid*, h.123.

© 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.

h. Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya. Sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan member kesan yang berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar terlihat lebih keren oleh orang lain.

i. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

j. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan artis produk tersebut.

k. Munculnya penilaian bahwa produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

l. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

m. Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.[27]

[27] Sumartono, "Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi" dikutip dari : Francisca, Tommy Y.S, "Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Bayaran", *Jurnal Phronesis*, Vo.7, No.2, h.178.

UIN SUSKA RIAU
© 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.

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

C. Impulsive Buying

Impulsive Buying adalah istilah dalam bahasa inggris, apabila diterjemahkan memiliki arti keinginan seseorang untuk membeli suatu produk dalam jumlah banyak secara tiba-tiba tanpa melalui pertimbangan dan proses berpikir panjang.[28]

Definisi umum dalam *impulsive buying* adalah suatu dorongan psikologis (psychological impulsive) seseorang adalah sebuah kekuatan.Desakan yang tak tertahankan, serta munculnya kecenderungan secara tiba-tiba untuk melakukan sesuatu tanpa adanya pertimbangan sebelumnya. Maksud dari dorongan yang kuat tersebut yaitu kemungkinan akan sulit untuk dilawan, karena seseorang seringkali sulit mencegah pengalaman yang dianggap menyenangkan bagi mereka. Pembelian impulsif sebagai pembelian yang tidak reflektif, sebenarnya tidak diharapkan.terjadi secara spontan, diiringi dengan munculnya keinginan yang mendadak untuk membeli produk-produk tertentu, dan dimanifestasikan dalam sebuah reaksi terhadap suatu stimulus dari produk.[29]

Teori tersebut diperkuat bahwasanya konsumen distimulasi oleh kedekatan secara fisik dari hasrat sebuah produk dan reaksinya terhadap stimulus bisa dikaitkan dengankontrol intelektual yang rendah (kurangnya

[28] OCBC, *https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/23/impulsive-buying* Diakses pada 21 Juli 2022: 11:17 WIB).

[29] Paulus Henrietta, *Op.Cit*, h.4.

UIN SUSKA RIAU

© 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.

evaluasi yang didasarkan pada kriteria keperluan, berkurangnya alasan untuk membeli, kurangnya evaluasi terhadap konsekuensi yang mungkin ditimbulkan, munculnya kepuasan yang datang secara tiba-tiba sebagai penundaan datangnya kekecewaan) serta aktivitas emosional yang tinggi (kegembiraan dan stimulasi yang disebabkan oleh produk).[30]

Adapun aspek-aspek dari *impulsive buying* adalah sebagai berikut:

1. Spontanitas

   Yaitu dorongan yang terjadi secara tiba-tiba yang mengarahkan individu pada keinginan untuk membeli
2. Kekuatan, kompulsi, dan intensitas

   Yaitu adanya perasaan yang memaksa individu untuk membeli seseuatu
3. Kegairahan dan stimulasi

   Yaitu perasaan ingin membeli yang muncul dari diri sendiri dan keputusan membeli yang datang karena stimulasi dari luar diri sendiri
4. Sinkronitas

   Yaitu saat adanya kolaborasi antara faktor internal dan eksternal yang mendorong individu melakukan pembelian
5. Animasi produk

   yaitu fantasi dalam diri pembeli yang muncul karena adanya pengalaman pembelian dan pemakaian dalam pikiran konsumen

[30] Paulus Henrietta, *Op.Cit*, h.6.

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

6. Kepuasan

   Yaitu perasaan yang dirasakan setelah melakukan pembelian

7. Pertentangan antara kontrol diri dan kesenangan

   Yaitu perasaan yang berlawanan antara pengendalian dan keinginan kuat untuk membeli

8. Ketidakperdulian akan akibat

   Yaitu sikap mengabaikan dampak negatif yang timbul akibat kebiasaan berbelanja[31]

D. Perilaku Konsumsi Dalam Islam

Konsumsi dalam Kamus Ekonomi Islam berarti pemakaian barang hasil produksi, baik pakaian, makanan dan lain-lain.Sedangkan pelakunya disebut konsumen.[32] Konsumsi dalam ekonomi Islam tidak sebatas nilai guna atas barang atau jasa, tetapi mengaitkannya dengan syariah sebagai pedoman, baik dalam proses memperoleh barang dan jasa, maupun dalam menggunakannya. Acuan syariah dalam konsumsi Islam mengandung arti bahwa konsumen itu adalah subyek ekonomi yang dapat diberi beban tanggung jawab dalam mengelola harta dan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk kepentingan dirinya dan lingkungannya.[33]Konsumsi merupakan salah satu penggunaan dan pemanfaatan sumber daya yang

UIN SUSKA RIAU

[31] Eka Dian & Rasulika, "Impulse Buying Mahasiswa Di Banda Aceh:, *Jurnal Psikologi*, Vol.2, No.2, 2017, h.174

[32] Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), h.728.

[33] Arif Pujiono., "Teori Konsumsi Islami", *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vo.3, No.2, (2006), h.197.

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

telah tersedia di dunia ini.Penggunaan dan pemanfaatan sumber daya alam Islam di atur supaya digunakan secara baik.[34]

Menurut Setiaji, perilaku konsumtif adalah kecenderungan seoseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi butadan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi symbol keistimewaan.

Konsumsi dalam islam bukan hanya memenuhi kebutuhan fisik melainkan sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah SWT. Tujuan utama konsumsi bagi seorang Muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah SWT. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat beribadah kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat, tidak berlebihan dan tidak juga keterlaluan.Allah melarang sikap yang berlebih-lebihan dalam konsumsi.[35]

Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT:

يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ ٣١

[34] Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2000), h.20.

[35] Philip Kotler., *Manajemen Pemasaran Edisi Keenam*, (Jakarta: Erlangga, 1999), h.233.

UIN SUSKA RIAU

© 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.

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: 31)[36]

Perbedaan antara konsumsi ekonomi modern dan ekonomi Islam terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengetahui paham materialistis dari pola konsumsi modern.[37] Islam justru berjalan sebaliknya menganjurkan cara konsumsi yang moderat dan proporsional.[38] Intinya, dalam Islam diarahkan secara benar dan proporsional, agar tidak terjadi ketidaksetaraan antara satu dengan yang yang lain.

Kegiatan konsumsi dalam Islam, selalu berkaitan pada mensyukuri nikmat yang telah Allah berikan dengan cara yang baik dan pada hal-hal yang bermanfaat untuk diri sendiri serta orang lain. Mengenai kegiatan konsumsi, Yusuf Qardhawi menjelaskan ada dua prinsip dalam prinsip konsumsi, yaitu:

1. Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir.

   Harta diberikan Allah SWT kepada manusia untuk digunakan bagi kepentingan manusia serta sarana beribadah kepada Allah SWT.Dari segi sasaran dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu untuk kepentingan ibadah dan kepentingan diri sendiri dan keluarga.

UIN SUSKA RIAU

[36] Q.S. Al-A'raf (7): 31.

[37] Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana bhakti Wakaf, 2007), h.44.

[38] Hendri Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), h.67.

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

2. Tidak melakukan kemudbaziran

Seorang muslim senantiasa membelanjakan hartanya untuk kebutuhan-kebutuhan yang bermanfaat dan tidak berlebihan atau boros.[39]

Di samping prinsip-prinsip yang dikemukakan oleh Yusuf Qardhawi, ada beberapa sikap lain yang harus diperhatikan dalam perilaku konsumtif, yaitu:

a. Menjauhi berhutang

Berhutang sangat tidak dianjurkan kecuali untuk keadaan yang sangat terpaksa. Kebiasaan berhutang akan mendorong kepada perilaku konsumtif. Sebab utang adalah kegundahan kesedihan. Orang yang berhutang akan sibuk memikirkan bagaimana melunasinya, sehingga ia tidak segan untuk berbohong dan mengingkari janji.[40]

b. Menjaga aset yang mapan dan pokok

Tidak sewajarnya orang muslim memperbanyak belanjanya dengan cara menjual aset-aset yang mapan dan pokok misalnya rumah tinggal atau lahan pertanian yang dimilikinya kecuali dalam keadaan terpaksa.

[39] Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h.150.

[40] *Ibid.*

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

c. Tidak hidup mewah dan boros

Kemewahan dan pemborosan seringkali membuat manusia lupa dengan norma dan etika agama. kemewahan akan merusak masyarakat, karena sering terjadi ketimpangan antara golongan kaya dan golongan miskin.[41]

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis untuk memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan.Dari penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan persamaan judul. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya kajian pada penelitian terdahulu sebagai berikut:

Fikriya Ilma Rosyida (2020), telah melakukan penelitian mengenai "Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Al Fatimah Darussalam Mekar Agung Pucanganom Kebonsari Madiun Dalam Perspektif Ekonomi Islam". Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dari lima prinsip konsumsi Islam, dimana dalam prinsip kesederhanaan, santriwati masih merasa belum cukup dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam melakukan konsumsi dan melakukan konsumsi secara berlebihan. Dan dalam prinsip moralitas juga mahasiswa masih tidak memperhatikan aturan yang ditetapkan.Adapun faktor yang

[41] Nani Wulandari, *"Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Perilaku Konsumsi Mahasiswa IAIN Mataram",* (Disertasi: IAIN Mataram, 2015), h.28.

UIN SUSKA RIAU

© 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.

mempengaruhi santriwati adalah faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi.Jenis penelitian yang digunakan yaitu *field research* dengan pendekatan penelitian kualitatif.Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dengan menggunakan triangulasi sumber sebagai uji krebilitas.Analisis data dalam penelitian ini bersifat induktif.Perbedaan penelitian ini dengan penulis terletak pada sampel, lokasi, penulis juga memfokuskan pada *impulsive buying*.Persamaan penelitian ini dengan penulis ialah metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan membahas perilaku konsumtif.

Annisa Adzkiya (2018), telah melakukan penelitian mengenai "Analisis perilaku konsumtif dan faktor pendorongnya (studi kasus mahasiswa Universitas Islam negeri Sultan Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017)". Hasil penelitian ini menemukan adanya hubungan positif antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Jenis penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif.Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar pada mahasiswa.Sampel dalam penelitian ini berjumlah 132 mahasiswa.Metode Analisis data yang digunakan adalah Metode *Partial Least Square* (PLS) dengan Software SmartPLS 3.1 dan Microsoft Excel 2013.Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu pada sampel yang tertuju pada kalangan mahasiswa, dan juga membahas mengenai perilaku konsumtif.Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penulis adalah pada metode yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif,

sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif.Dan fokus penulis juga terletak pada *impulsive buying* serta sampel juga berbeda, penelitian ini kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Hidayatullah, penulis kepada mahasiswa ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

UIN SUSKA RIAU
© 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.

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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

penelitian ini menggunakan penelitian lapangan *(field research)* yaitu penelitian yang bertujuan untuk mencari data dari lapangan yang dilakukan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang menggunakan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan data dan analisis data yang relevan diperoleh dari situasi alamiah.[42]

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, di Jalan HR. Soebrantas Panam KM.15 No.155, Tuah Madani, Kec.Tampan, Kabupaten Kampar, Riau, 28293.Alasan memilih lokasi ini karena ingin mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau angkatan 2018.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian atau lebih tepat dimaknai sebagai seseorang atau sesuatu yang mengenainya

[42] Djam'an Satori, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hl.25.

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

ingin diperoleh keterangan.[43]Adapun subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa jurusan ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.Sedangkan objek penelitian ini adalah hal yang menjadi sasaran penelitian yaitu analisis perilaku konsumtif *impulsive buying* mahasiswa jurusan ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

D. Populasi dan Sampel

Populasi berupa orang, benda, pekerjaan, umur atau obyek lain yang mempunyai karakteristik sama.[44]Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.Dengan jumlah populasi sebanyak 243 orang.

Tabel 3.1

Jumlah Populasi

No	Kelas	Jumlah Mahasiswa
1	EI A	24
2	EI B	24
3	EI C	23
4	EI D	25
5	EI E	26
6	EI F	25
7	EI G	26
8	EI H	23
9	EI I	23
10	EI J	24

(Sumber : Data Primer, 2022)

Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi agar mempermudah peneliti untuk melakukan

[43] Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1995), h.92.

[44] Harinaldi, *Prinsip-prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005), h.2.

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

penelitian.Untuk pengambilan sampel, penulis memutuskan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.[45] Responden dalam penelitian ini di ambil atas dasar (kriteria-kriteria) yaitu pendapatan yang diterima masih dari orangtua dan tidak tinggal bersama keluarga melainkan kos. Dan dalam penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel penliti menggunakan pendapat Suharsimi Arikunto, apabila populasi lebih dari 100 maka pengambilan sampel dilakukan sebesar 10% dari jumlah populasi. Maka sampel yang diperoleh sebesar 10% x 243 = 24.3, dibulatkan menjadi 25 mahasiswa.

E. Sumber Data

Sumber data merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data disamping jenis data yang telah dibuat dimuka. Sumber terdiri:

1. Data Primer ialah data yang berasal dari sumber asli. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan untuk objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi.[46]
2. Data Sekunder merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung, tetapi melalui kepustakaan seperti, jurnal, literatur, skripsi dan

[45] *Ibid*, h.3.

[46] Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Gramedia, 2010), h.38.

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

artikel.[47] Dalam penelitian ini sumber data sekunder adalah buku-buku, jurnal, dan skripsi.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu aspek yang berperan dalam kelancaran penelitian. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Observasi adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti (populasi atau sampel).[48] Objek yang diobservasikan dalam penelitian ini yaitu bagaimana analisis perilaku konsumtif *impulsive buying* dikalangan mahasiswa.
2. Angket merupakanteknik pengumpulan data melalui formulir berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Kuesioner ini berbentuk tertutup karena telah disediakan dan akan ditujukan kepada mahasiswa ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau angkatan 2018..[49]
3. Studi Kepustakaan, dalam studi ini penulis mengumpulkan dan mempelajari bentuk-bentuk teori dan konsep dasar yang berhubungan

[47] Azwar Syaifudin, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2010), h.91.
[48] Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2004), h.24.
[49] Djam'an Satori, *Op.Cit*, h.129.

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

dengan masalah yang diteliti. Teori dan konsep dasar tersebut penulis peroleh dengan cara menelaah berbagai macam bacaan seperti buku, jurnal dan bahan bacaan relevan lainnya.

4. Dokumentasi merupakan pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Metode dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa dokumen tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran mengenai fenomena yang masih actual dan sesuai dengan masalah penelitian[50]

G. Teknik Analisis data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis desktriptif kualitatif yaitu metode yang menghubungkan secara menyeluruh dan teliti dari suatu keadaan. Data aktual dikumpulkan, disusun, diklarifikasikan dan dianalisis untuk kemudian diinterpretasikan yang memungkinkan dilakukan pemecahan masalah yang diselidiki sehingga memberikan gambaran dan informasi mengenai masalah tersebut.[51]

UIN SUSKA RIAU

[50] Husaini Usman, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h.57.
[51] Nana Sudjana, Ibrahim, *Penelitian dan penelitian Pendidikan*, (Bandung: IKIP Bandung, 2007), h.64.

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

Teknik analisis data yang digunakan dalam rencana penelitian ini yaitu:

1. Reduksi Data

   Reduksi data diartikan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, menfokuskan pada hal-hal yang penting, membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya apabila diperlukan. Dengan kata lain, seluruh hasil penelitian dari lapangan dikumpulkan kembali lalu dipilah untuk menentukan data mana yang tepat untuk digunakan.[52]

2. Penyajian Data

   Langkah selanjutnya setelah reduksi data yaitu penyajian data.Dalam penelitian kualitatif, penyajian data yang digunakan dalam bentuk uraian singkat, dan teks yang bersifat naratif.Penyajian data ini merupakan sekumpulan informasi yang tersusun yang kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.[53] Dengan begitu maka akan memudahkan peneliti menguraikan permasalahan dan lebih mudah memberikan kejelasan mana data yang substansif dan mana data pendukung.

[52] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (bandung: Alfabeta, 2010), Cet.1, h.335.
[53] *Ibid*, h.338.

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

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan yang dilakukan peneliti secara terus-menerus selama berada dilapangan dan kesimpulan-kesimpulan itu kemudian diverifikasi dengan cara melihat kembali catatan lapangan agar memperoleh pemahaman yang lebih tepat. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan preposisi.[54]

H. Gambaran Umum Jurusan Ekonomi Syariah

1. Profil Jurusan Ekonomi Syariah

Beberapa tahun terakhir Fakultas Syariah mengalami banyak perubahan, dan perubahan terakhir adalah pada tahun 2001-2003, jurusan manajemen dan program D.III manajemen perusahaan menjadi fakultas sendiri, yaitu fakultas Ekonomi. Mulai sejak tahun itu, maka pelaksanaan administrasi dan akademik terpisah dari Fakultas Syariah.

Perkembangan ilmu Ekonomi Islam yang pesat di Indonesia menuntut Fakultas Syariah untuk membuka jurusan baru, pada tahun 2002-2003, di bukalah jurusan Ekonomi Islam (EI) program studi Ekonomi perbankan Syariah S1 yang lebih berbasis Syariah, yaitu

[54] Mathew B dan A, Michael, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI Press, 2000), h.16.

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

dengan SK Menteri Agama RI No. Ei/16/1998.Fakultas Syariah membuka program studi diploma tiga (D.III) perbankan Syariah.[55]

Untuk mencapai keinginan tersebut, maka disusunlah visi dan misi jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau sebagai berikut:

2. Visi dan Misi Jurusan Ekonomi Syariah

a. Visi: Mewujudkan program studi Ekonomi Syariah sebagai program studi unggulan dalam melahirkan sarjana yang professional di bidang ekonomi syariah di dunia pada tahun 2018.

b. Misi:

1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran dalam rangka melahirkan sumber daya manusia dalam ilmu ekonomi syariah yang berkualitas

2) Melaksanakan penelitian dan pengkajian untuk mengembangkan ilmu ekonomi dan keuangan syariah yang relevan dengan pembangunan nasional.

3) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara integral dalam bidang ekonomi dengan paradigm Syari'ahi.

4) Menyiapkan sumber daya manusia untuk menunjang Tridharma Perguruan Tinggi.

[55] Fakultas Syariah dan Hukum, *Profil Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, (Pekanbaru: Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau*, 2005), h.5.

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

3. Tujuan Jurusan Ekonomi Syariah

a. Terlaksananya sistem pendidikan dan pengajaran yang mampu mengintegritasikan ilmu ekonomi dalam paradigm Syari'ah.

b. Terlaksananya penelitian dan kajian di bidang ekonomi dan keuangan syariah yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan nasional.

c. Terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat untuk mewujudkan masyarakat yang madani dalam kerangka ekonomi syariah.

d. Terlaksananya program Tridharma Perguruan Tinggi untuk meningkatkan daya saing prodi Ekonomi Syariah.[56]

4. Struktur Organisasi Jurusan Ekonomi Syariah

Tabel 3.2
Prodi Studi Ekonomi Syariah

No	Jabatan	Nama Jabatan
1	Ketua Prodi Ekonomi Syariah	Dr.M Nurwahid., S.Ag., M.Ag
2	Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah	Syamsurizal, S.E, M.Sc, Ak

(Sumber: Website fakultas syariah hukum uin suska)

UIN SUSKA RIAU

[56] *https://uin-suska.ac.id/fakultas/fakultas-syariah-dan-hukum/jurusan-ekonomi-islam/*diakses pada 2 November 2021: 20:13 WIB.

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 terbilang rendah. Mereka mengutamakan skala prioritas dibandingkan keinginan mereka, karena mereka harus menggunakan uang kiriman dari orangtua dengan sebaik mungkin. Mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 juga berbelanja dengan mengutamakan kesesuaian harga dengan kemampuan keuangan pribadi, Hanya saja mereka tetap membeli tas, sepatu baru walaupun yang lama masih bagus dan bisa digunakan. Namun beberapa juga tidak membeli barang tersebut hingga tidak layak pakai lagi.
2. Ditinjau dari ekonomi syariah, perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 sudah menerapkan berkonsumsi sesuai syariat Islam. Mereka sudah seimbang dalam konsumsi dengan artian mengetahui skala priotitas, mana yang butuh mana yang yang tidak, mana yang harus diutamakan lebih dulu. Membelanjakan uang untuk hal-hal yang halal dan baik, dan menhindari untuk bersikap boros, dan menyesuaikan gaya hidup dengan keadaan yang ada.

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

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

   Penelitian ini menekankan kepada seluruh mahasiswa sebagai konsumen terutama dalam kisaran umur remaja, bahwa memiliki pengalaman belajar, melek mengenai pengelolaan keuangan dan berkonsumsi sesuai yang diperintahkan agama Islam merupakan hal penting untuk menjauhkan kita dari perilaku konsumtif.

2. Bagi Akademik

   Semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan bahan pertimbangan sebagai acuan dalam penelitian yang akan datang selain dari jurnal, buku, dan referensi-referensi lain yang sudah ada, serta dapat menjadi dokumentasi perpustakaan khususnya dalam kajian literasi keuangan syariah dan kajian perilaku konsumtif.

3. Bagi Masyarakat

   Dari hasil penelitian tersebut memberikan informasi bagi orang tua agar memperhatikan pengeluaran anak mereka.Orang tua diharapkan mengarahkan anak mereka berkonsumsi secara efisien dalam memenuhi kebutuhan pendidikan.Orang tua hendaknya mengarahkan anak mereka untuk mengelola keuangan bulanan agar bisa disisihkan sebagian untuk menabung, agar terhindar dari perilaku konsumtif.

UIN SUSKA 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

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU:

Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana bhakti Wakaf, 2007.

Al-Qur'an Q.S. Al-A'raf (7): 7.

Al- Qur'an Q.S. Al-A'raf (7): 31.

Al-Qur'an Q.S. Al-Furqan (25): 67.

Al-Qur'an Q.S Al-Isra (17): 26

Azwar Syaifudin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2010.

Djam'an Satori, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011.

Effendi, U, *Psikologi Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Fakultas Syariah dan Hukum, *Profil Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Pekanbaru: Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau*, 2005.

Harinaldi, *Prinsip-prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005.

Hendri Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, Yogyakarta: Jalasutra, 2003.

Husaini Usman, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.

Idri, *Hadis Ekonomi dan Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta: Prenadamedia group, 2015.

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

I Farida, *Determinan Kejadian Anemia Pada Remaja Putri di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus Tahun 2006*, Kudus: STAIN, 2006.

Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Gramedia, 2010.

Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2004.

Mathew B dan A, Michael, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI Press, 2000.

Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2000.

Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* Jakarta: Kencana Prenada Media group, 2006.

Nana Sudjana, Ibrahim, *Penelitian dan penelitian Pendidikan*, Bandung: IKIP Bandung, 2007.

Philip Kotler., *Manajemen Pemasaran Edisi Keenam*, Jakarta: Erlangga, 1999.

Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1995.

Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Depok: PT Grafindo Persada, 2019.

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

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

Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

B. JURNAL:

Arif Pujiono., "Teori Konsumsi Islami", *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vo.3, No.2, 2006.

Eka Dian & Rasulika, "*Impulsive Buying* Mahasiswa Di Banda Aceh:, *Jurnal Psikologi*, Vol.2, No.2, 2017.

Lestari, O.D., "Hubungan antara Konformitas dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada SIswa Sekolah X", *Jurnal Psikologi IIndustri dan Organisasi*, Vol.5 No.1.

Mansur, Preferensi Konsumsi Keluarga Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Institut Agama Islam Negeri Salatiga*, Vol.11, No.2.

Paulus Henrietta, "*Impulsive Buying* pada dewasa awal di Yogyakarta", Vol.11, No.2, 2012.

Yolanda Hani, "Pola Perilaku Konsumsi Islam Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas", *Jurnal JESTT*, Vol.2, No.7

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

Sumartono, "Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi" dikutip dari : Francisca, Tommy Y.S, "Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Bayaran", *Jurnal Phronesis*, Vo.7, No.2

C. SKRIPSI:

Nani Wulandari, *"Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Perilaku Konsumsi Mahasiswa IAIN Mataram",* Disertasi: IAIN Mataram, 2015.

Siti Halimah, " Perilaku Tenaga Kerja Wanita (TKW) dalam mengatasi kecemasan di pjtki citra catur utama karya ponorogo", Disertasi: Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2018.

D. WEBSITE:

http://iqt.unida.gontor.ac.id/mengatasi-perilaku-konsumtif-dalam-al-quran/ Diakses 2 November 2021, 17:48 WIB.

*https://uin-suska.ac.id/fakultas/fakultas-syariah-dan-hukum/jurusan-ekonomi-islam/*diakses pada 2 November 2021: 20:13 WIB.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, artikel dari *https://kbbi.web.id/perilaku Diakses 20 Juli 2022*: 22:25 WIB.

OCBC, *https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/23/impulsive-buying* Diakses pada 21 Juli 2022: 11:17 WIB).

DOKUMENTASI

© 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

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.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
كلية الشريعة والقنون
FACULTY OF SHARI'AH AND LAW
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuah Madani Pekanbaru 28293 PO Box 1004 Telp. /Fax 0761-562052
Web: www.fash.uin-suska.ac.id Email: fash@uin-suska.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor:B-2960/Un.04/F.I.2/PP.00.9/04/2022

Pekanbaru, 08 April 2022

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau menerangkan bahwa:

Nama	:	Mufidah Adzkiya
NIM	:	11820523002
Jurusan	:	Ekonomi Syari'ah
Fakultas	:	Syari'ah dan Hukum

adalah benar telah melakukan riset di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul: **Pengaruh Literasi Keuangan Syari'ah terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dekan,

Dr. Zulkifli, M.Ag
NIP. 197410062005011005

UIN SUSKA RIAU

© 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.

UIN SUSKA RIAU

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul : **"Analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* (Pembelanjaan Impulsif) Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah "**, yang ditulis oleh :

Nama : MUFIDAH ADZKIYA
NIM : 11820523002
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 18 Juli 2022
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Peradilan Semu

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

Pekanbaru, 25 Juli 2022 M
TIM PENGUJI MUNAQASAH

Ketua
Hasbullah, S Ag, M.Hum .....

Sekretaris
Syamsurizal, S.E, M.Sc, Ak .....

Penguji I
Wafi Maputra, S.E., MA .....

Penguji II
Dahniarwati, S.E, M.Ec .....

Mengetahui:
Kasubbag Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag.
NIP. 19750801 200701 1 023

© 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.

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

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama lengkap penulis Mufidah Adzkiya. Lahir di Padangsidimpuan 09 Februari 2001, merupakan anak ketiga dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Alm.Muslim dan Ibu Eliyati. Penulis bertempat tinggal di Pasirkuning, Jl tiram 1, RT 1/RW 1, di kelurahan Tanjung Harapan Kecamatan Singkep, Kota Lingga, Kepulauan Riau. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 004 Tanjung Uban, Bintan Utara tahun 2006-2010, penulis pindah pada kelas 6 SD ke SDN 012 Singkep, kemudian melanjutkan pendidikan tingkat Sekolah Menengah Pertama di MTSNegeri Singkep pada tahun 2012-2015, lalu melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAIT As-Syifa Boarding School, Subang, Jawa Barat pada tahun 2015-2018.

Setelah tamat pada tahun 2018, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum. Selama menjadi mahasiswi, penulis banyak sekali mendapatkan pengetahuan serta pengalaman yang berharga. Pada bulan Februari-Maret 2021 penulis mengikuti program Praktek Kerja Lapangan (PKL) di LAZNAS Chevron Rumbai. Selain itu pada bulan Juli-Agustus 2021 penulis mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Purwodadi Panam, Kelurahan Sidomulyo Barat. Pengalaman organisasi penulis pada masa perkuliah yaitu bergabung di organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) sebagai Divisi Kominfo selama 2019-2020.

UIN SUSKA RIAU