

SKRIPSI
PENGARUH PEMAHAMAN POLA KONSUMSI ISLAMI TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI IAIN METRO
(Studi Kasus Pada Jurusan Ekonomi Syariah)

Oleh :

AMINATUS SHOLEKAH
NPM.13102164



Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO
1439 H /2017 M**

PENGARUH PEMAHAMAN POLA KONSUMSI ISLAMI TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI IAIN METRO
(Studi Kasus Pada Jurusan Ekonomi Syariah)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

AMINATUS SHOLEKAH

NPM: 13102164

Pembimbing I : Drs.H.A.,Jamil, M.Sy

Pembimbing II : Hermanita, SE.,MM

Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1439 H/2017 M

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH PEMAHAMAN POLA KONSUMSI
ISLAMI TERHADAP PERILAKU KONSUMSI
MAHASISWI IAIN METRO (Studi Kasus Pada Jurusan
Ekonomi Syariah)**

Nama : AMINATUS SHOLEKAH

NPM : 13102164

Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah disetujui untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I

Metro, Desember 2017

Pembimbing II



Drs. H. A. Jamil, M.Sy.
NIP. 19590815 198903 1 004



Hermanita, SE.MM.
NIP. 19730220 199903 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47295, Website: www.syanah.metrouniv.ac.id, e-mail: syarah.ian@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor 0158 /In. 28. 3/D/PP. 00. 9/01/2018

Skrripsi dengan Judul: PENGARUH PEMAHAMAN POLA KONSUMSI ISLAMI TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI IAIN METRO (Studi Kasus Pada Jurusan Ekonomi Syariah), disusun oleh AMINATUS SHOLEKAH, NPM.13102164, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu / 27 Desember 2017.

TIM MUNAQOSYAH:

Ketua/Moderator : Drs. H. A. Jamil, M.Sy

Penguji I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH

Penguji II : Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I

Sekretaris : Riyan Erwin Hidayat, M.Sy



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

**PENGARUH PEMAHAMAN POLA KONSUMSI ISLAMI TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI IAIN METRO
(Studi Kasus Pada Jurusan Ekonomi Syariah)**

ABSTRAK

**Oleh :
AMINATUS SHOLEKAH**

Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan naluri manusia. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah di IAIN Metro angkatan 2015 dan angkatan 2014, berdasarkan perilaku mahasiswa yang sering membeli barang tidak tepat guna maksudnya mereka lebih mengutamakan kebutuhan pelengkap dibandingkan memenuhi kebutuhan pokok selaku mahasiswa, misalnya mereka lebih mengutamakan untuk membeli baju, tas, sepatu, dan aksesoris *fashion* lainnya dibandingkan membeli buku cetak, printer, laptop dan peralatan kuliah lainnya. Dalam membelanjakan uang sakunya mereka masih kurang memperhatikan manfaat dari barang yang dibelinya mereka terkadang terpengaruh barang diskon dan lain-lain. Hal tersebut sejalan dengan hasil observasi dari peneliti. Hal ini tergolong di luar batas kewajaran, karena mahasiswa Ekonomi Syariah seharusnya lebih memahami dengan baik tentang berperilaku konsumsi secara Islam.

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini populasinya adalah semua mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2015 dan angkatan 2014 di IAIN Metro. Peneliti mengambil jumlah sampel yang dibutuhkan sebagai sumber data dalam penelitian sebesar 10%. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling *Proportionate Stratified Random Sampling* dalam menentukan sampel. Yakni sampel diambil secara acak berdasarkan proporsi dengan strata yang ada. Adapun teknik *random*-nya menggunakan nomor urut ganjil dengan interval 11 sehingga ketemu sampel yang dibutuhkan sebanyak 29 orang. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket, observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan rumus Chi Kuadrat.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis didapat nilai Chi Kuadrat (x^2) hitung lebih kecil dari pada Chi Kuadrat (x^2) tabel, baik dalam taraf signifikan 1% maupun pada taraf signifikan 5% yaitu $16,919 > 0,208 < 21,666$ dengan demikian Tidak Ada Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah di IAIN Metro. Hasil perhitungan koefisien kontingensi (KK) diperoleh 0,054. Hasil tersebut jika dikonsultasikan dengan tabel Chi Kuadrat, menunjukkan bahwa Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro memiliki tingkat signifikansi rendah dan berada dalam kategori lemah, sehingga korelasi itu diabaikan atau dianggap tidak ada korelasi antara pemahaman dan perilaku. Dalam artian pemahaman pola konsumsi Islam tidak memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku mahasiswa, terlihat dari perilaku mahasiswa yang irasional seperti pembelian barang tidak tepat guna.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aminatus Sholekah
NPM : 13102164
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tugas Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2017

Yang menyatakan,



Aminatus Sholekah
13102164

MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya : “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.” (Q.S. Al-Furqon : 67)

PERSEMBAHAN

Sujud syukur kusembahkan kepadamu Tuhan yang Maha Agung nan Maha Tinggi nan Maha Adil nan Maha Penyayang, atas takdirMu telah Kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih kesuksesan. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku. Dalam setiap langkahku aku berusaha mewujudkan harapan-harapan yang kalianimpikan di diriku, meski belum semua itu ku raih, Insyaaloh atas dukungan do'a dan restu semua mimpi itu akan terjawab dimasa penuh kehangatan nanti.untuk itu kupersembahkan ungkapan terimakasihku kepada:

1. Kedua orang tuaku Bapak Slamet Riadi dan Ibu Sumini yang telah memberikan dukungan moril maupun materi sert do'a yang tiada henti untuk saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cintaku untuk kalian bapak ibuku.
2. Saudara saya (Adikku) tersayang Danang Lutfi frizal yang senantiasa memberikan bantuan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhsilan skripsi ini.
3. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu menyemangati dan membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tidak akan mungkin sampai di sini, trimkasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan trimaksih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini. Dengan perjuangan dan kebersamaan kita pasti bisa ! Semangat!!
4. Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro angkatan 2014 dan 2015 yang sudah membantu dalam proses penelitian skripsi ini.
5. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah peneliti haturkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya, Penyusun skripsi yang berjudul *“Pengaruh Pola Konsumsi Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi IAIN Metro (Studi Kasus Pada Jurusan Ekonomi Syariah)”* sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Dalam Penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Rina Elmaza, S.H.I.,M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Drs. H. A. Jamil, M.Sy dan Ibu Hermanita, SE.MM selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingannya yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Para dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, yang telah memberikan ilmu dari dalam perkuliahan maupun di luar perkuliahan.
6. Para Karyawan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

7. Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2014 dan 2015 yang telah memberikan bantuannya dalam memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan Skripsi.
8. Rekan-rekan mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2013 yang telah memberikan motivasi dalam penyusunan Skripsi.
9. Almamaterku tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Lampung.

Namun penulis menyadari, bahwa penyusunan Skripsi ini belum mencapai Kesempurnaan, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk kesempurnaannya. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan bagi para pembaca pada umumnya.

Metro, Desember 2017

Peneliti

Aminatus Sholekah

13102164

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Abstrak	v
Halaman Orisinalitas Penelitian.....	vii
Halaman Motto.....	viii
Halaman Persembahan	ix
Halaman Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
G. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Pemahaman Pola Konsumsi Islami	10
1. Pengertian Pemahaman Pola Konsumsi Islami.....	10
2. Jenis-jenis Pemahaman	11
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman	13
4. Tingkatan dalam Pemahaman	19
B. Perilaku Konsumen	21
1. Pengertian Perilaku Konsumen	21
2. Macam-macam Perilaku Konsumen	22
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	23
C. Etika Konsumsi Dalam Islam	27
D. Kerangka Konseptual Penelitian	37
E. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Rancangan Penelitian	40
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	41
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	42
D. Metode Pengumpulan Data	46
E. Instrumen Penelitian.....	50
1. Rancangan Kisi-Kisi Instrumen.....	50

2. Pengujian Instrumen	51
F. Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Umum IAIN Metro.....	58
1. Sejarah Singkat Berdirinya IAIN Metro	58
2. Visi dan Misi IAIN Metro.....	59
3. Gambaran Umum Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro....	60
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	62
1. Data Pemahaman Mahasiswi.....	63
2. Data Perilaku Konsumsi Mahasiswi.....	66
3. Temuan Khusus (Pengujian Hipotesis)	69
C. Pembahasan.....	75
1. Hubungan Pemahaman Terhadap Perilaku Konsumsi Islam .	75
2. Analisa Hasil Angket.....	77
D. Keterbatasan Penelitian.....	80
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

NO.	NAMA TABEL	HAL
Tabel I.1	Data hasil pra-survey mahasiswi angkatan 2015	5
Tabel I.2	Data hasil pra-survey mahasiswi angkatan 2014	5
Tabel III.1	Konsultasi Product Moment	60
Tabel IV.1	Data Hasil Angket tentang Pemahaman Pola Konsumsim Islami Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro	68
Tabel IV.2	Distribusi Frekuensi Hasil Angket Tentang Pemahaman Pola Konsumsi Islami Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro	70
Tabel IV.3	Data Hasil Angket tentang Perilaku Konsumsi	71
Tabel IV.4	Distribusi Frekuensi Hasil Angket Tentang Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro	73
Tabel IV.5	Distribusi Frekuensi Hasil Angket Tentang Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Pola Konsumsi Islam Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro	74
Tabel IV.6	Frekuensi yang diharapkan muncul mengenai Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Pola Konsumsi Islam Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN	75

	Metro	
Tabel IV.7	Perbedaan Antara Frekuensi yang Diobservasi (f_o) dan frekuensi yang Diharapkan (f_h)	75
Tabel IV.8	Tabel Kerja Penghitung Chi Kuadrat (x^2) Tentang Tentang Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Pola Konsumsi Islam Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro	76
Tabel IV.9	Nilai Tabel Product Moment	78

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Daftar Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2015	I
2. Daftar Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2014.....	V
3. Tabulasi Data Jawaban Dari 29 Responden Tentang Pemahaman Pola Konsumsi Islami Mahasiswi IAIN Metro	IX
4. Tabel Tabel Kerja Perhitungan <i>Product Moment</i> Item 1 angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami	XI
5. Tabel Nilai r Butir Angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami	XIII
6. Tabel Hasil Uji Coba Angket tentang Perilaku Konsumsi	XIV
7. Tabel Tabel Kerja Perhitungan <i>Product Moment</i> Item 1 Angket Perilaku Konsumen	XV
8. Tabel Nilai r Butir Angket Perilaku Konsumsi.....	XVII
9. Tabel Analisis Soal Angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami pada 29 Responden untuk Skor Ganjil.....	XVIII
10. Tabel Analisis Soal Angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami pada 29 Responden untuk Skor Genap	XIX
11. Tabel Tabel Kerja Uji Reliabilitas Angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami Skor Ganjil-Genap	XX
12. Tabel Analisis Soal Angket Perilaku Konsumsi Mahasiswi pada 29 Responden untuk Skor Ganjil	XXIII
13. Tabel Analisis Soal Angket Perilaku Konsumsi pada 29 Responden untuk Skor Genap	XXIV
14. Tabel Tabel Kerja Uji Reliabilitas Angket Perilaku Konsumsi Mahasiswi Skor Ganjil-Genap.....	XXV

15. Tabel Nilai-Nilai Chi Kuadrat.....	XXVIII
16. Outline	
17. Alat Pengumpulan Data (APD)	
18. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi	
19. Surat Izin Research	
20. Surat Tugas	
21. Surat Balasan Research	
22. Surat Keterangan Bebas Pustaka	
23. Form Bimbingan	
24. Riwayat Hidup	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan naluri manusia. Sejak kecil, bahkan ketika baru lahir, manusia sudah menyatakan keinginan untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara, misalnya dengan menangis untuk menunjukkan bahwa seorang bayi lapar dan ingin minum susu dari ibunya. Semakin besar dan akhirnya dewasa, keinginan dan kebutuhan seorang manusia akan terus meningkat dan mencapai puncaknya pada usia tertentu untuk seterusnya menurun hingga seseorang meninggal dunia.

Konsumsi merupakan suatu bentuk perilaku ekonomi dalam kehidupan manusia. Seseorang yang melakukan kegiatan konsumsi disebut dengan konsumen. Ada dua jenis perilaku konsumen, yaitu perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen irasional. Perilaku konsumen rasional, maksudnya adalah perilaku konsumsi yang dilakukan berdasarkan akal sehat, misalnya mengonsumsi produk yang benar-benar dibutuhkan atau berperilaku konsumsi sesuai dengan prinsip Islam. Sedangkan perilaku konsumsi irasional maksudnya adalah, perilaku konsumsi yang dilakukan dengan tidak berdasarkan pertimbangan yang baik. Misalnya, membeli karena tertarik pada diskon, membeli karena

ikut-ikutan padahal tidak terlalu dibutuhkan, membeli sesuatu melebihi kemampuan, dan lain sebagainya.

Pola konsumsi merupakan susunan kebutuhan seseorang terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu, yang dipenuhi dari pendapatannya.

Pola konsumsi tiap orang berbeda-beda. Orang yang pendapatannya tinggi berbeda pola konsumsinya dengan orang yang berpendapatan menengah, berbeda pula dengan orang yang berpendapatan rendah. Perbedaan pola konsumsi tiap orang tidak hanya dipengaruhi tinggi rendahnya pendapatan, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, lingkungan, usia, gaya hidup, pekerjaan dan kondisi sosial budaya masyarakat. Dalam menyusun pola konsumsi, pada umumnya akan mendahulukan kebutuhan pokok. Dengan kata lain kebutuhan yang kurang atau tidak mendesak akan ditunda dalam pemenuhannya sebelum terpenuhinya kebutuhan pokok.¹

Pemahaman terhadap pola konsumsi Islam adalah tingkat kemampuan untuk memaknai, menjelaskan, dan mengaplikasikan dengan baik tentang berperilaku konsumsi secara Islam. Pada dasarnya perilaku dapat diamati melalui sikap dan tindakan. Proses perubahan dan pembentukan perilaku salah satunya dapat dipengaruhi oleh pemahaman.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap perilaku konsumsi Mahasiswi Ekonomi Syariah di IAIN Metro angkatan

¹ Lisda Rahmasari, "Analisis Pola Konsumsi, Kewirausahaan dan Pengaruhnya Terhadap Kesejahteraan Nelayan" dalam *Saintek Maritim*, N o.1/September 2017, h.45.

2015 dan angkatan 2014, berdasarkan perilaku mahasiswi yang sering membeli barang tidak tepat guna, maksudnya mereka lebih mengutamakan kebutuhan pelengkap dibandingkan memenuhi kebutuhan pokok selaku mahasiswi, misalnya mereka lebih mengutamakan untuk membeli baju, tas, sepatu, dan aksesoris *fashion* lainnya dibandingkan membeli buku cetak, printer, laptop dan peralatan kuliah lainnya.

Dari hasil pra-survey dapat diperoleh data sebagai berikut:

Tabel I.1

Data hasil pra-survey mahasiswi angkatan 2015

No.	NPM	Perilaku Konsumsi	
		Rasional	Irasional
1	1502040102	√	
2	1502040116	√	
3	1502040272	√	
4	1502040277		√
5	1502040260	√	
Jumlah		4	1

Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 diperoleh data pada tabel I.1 di atas. Dari 5 mahasiswi yang di wawancarai tentang keputusan mereka dalam membeli suatu barang, rata-rata menjawab, bahwa mereka membeli suatu barang itu dengan mempertimbangkan kebutuhan terlebih dahulu, dan hasil observasi dari peneliti juga menyatakan bahwa masih banyak mahasiswi yang terlihat sederhana dalam hal *fashion*. Dengan demikian mayoritas mahasiswi angkatan 2015 dalam berperilaku konsumsi bersifat

rasional. Berbeda dengan tabel I.2 di bawah yang menyatakan bahwa mahasiswi angkatan 2014 lebih sedikitnya berperilaku rasional. Mayoritas mahasiswi angkatan 2014 tergolong berlebihan di dalam hal *fashion*. Dari 5 mahasiswi yang di wawancarai mereka rata-rata memiliki jawaban yang sama. Dalam membelanjakan uang sakunya mereka masih kurang memperhatikan manfaat dari barang yang dibelinya mereka terkadang terpengaruh barang diskon dan lain-lain. Hal tersebut diperkuat dengan hasil observasi dai peneliti nampak bahwa tidak sedikit mahasiswi yang hampir setiap minggu berganti tas, baju, sepatu, dan lain-lain. Hal ini tergolong di luar batas kewajaran, karena mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2014 seharusnya lebih memahami dengan baik tentang berperilaku konsumsi secara Islam.²

Tabel I.2

Data hasil pra-survay mahasiswi angkatan 2014

No.	NPM	Nama Mahasiswi	Perilaku Konsumsi	
			Rasional	Irasional
1	14117904	B	√	
2	14117914	C N		√
3	14118044	D W		√
4	14119004	N P	√	
5	14119014	N H		√
Jumlah			2	3

Dari hasil wawancara tersebut terdapat perbedaan perilaku dari setiap individu. Perbedaan kemampuan dalam mengonsumsi suatu barang

² Hasil wawancara dengan RS,TA,VW,ZA,RS,CN,DW,NP,NH, Mahasiswi Ekonomi Syariah, Pada tanggal 8 November 2016

akan menimbulkan pola konsumsi yang berbeda dari masing-masing mahasiswi. Apa yang sudah diatur dalam Islam itu tidak bisa diimplementasikan secara keseluruhan karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhinya, sehingga realitanya ada yang berperilaku secara rasional dan ada juga yang berperilaku irasional.

Berdasarkan latar belakang sebagaimana dipaparkan di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi IAIN Metro Studi kasus pada Jurusan Ekonomi Syariah”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Mahasiswi sering membeli barang tidak tepat guna, maksudnya lebih mengutamakan membeli kebutuhan pelengkap dibandingkan membeli kebutuhan utama.

C. Batasan Masalah

Dikarenakan adanya keterbatasan waktu, dana, tenaga, teori, dan supaya penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam, maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian ini sebagai berikut:

1. Mahasiswi lebih mengutamakan kebutuhan pelengkap nya (*fashion*) dibandingkan memenuhi kebutuhan pokoknya selaku mahasiswi.

2. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah. Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan untuk meneliti mahasiswi angkatan 2015 dan angkatan 2014.
3. Lokasi penelitian adalah di IAIN Metro Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:
Apakah ada pengaruh pemahaman pola konsumsi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswi IAIN Metro?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian Ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pemahaman pola konsumsi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiwi Ekonomi Syariah di IAIN Metro.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini memiliki dua manfaat, yaitu:

1. Secara Teoritis

Diharapkan menambah khasanah ilmiah dan memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi Islam terutama dalam perilaku kosumsi secara Syariah.

2. Secara Praktis

Diharapkan menjadi bahan masukan bagi para peneliti yang akan meneliti masalah yang sama tetapi membahas lebih dalam.

G. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan persoalan yang akan dikaji. Beberapa relevan antara lain:

Penelitian yang dilakukan oleh Lisa Oktaviya dengan judul “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Chita Shop Kotagajah Ditinjau Dari Ekonomi Islam”. Bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian di Butik Chita Shop Kotagajah adalah faktor budaya, sosial yang mencakup kelompok referensi dan keluarga, pribadi yang meliputi umur, gaya hidup dan pekerjaan, dan psikologis yang mencakup motivasi dan persepsi dalam mengambil keputusan membeli produk. Selain itu perilaku konsumen yang ada di Butik Chita Shop Kotagajah lebih mengarah pada tindakan berlebihan dan pemborosan yang dalam Islam tidak diperbolehkan melakukan pembelian berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan.³ Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan konsumen di Butik Chita Shop Kotagajah dapat bertindak sebagaimana Islam telah menganjurkan, agar tidak boros dalam membelanjakan uangnya sebagaimana yang telah

³Lisa oktaviya, *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Chita Shop Kotagajah Ditinjau Dari Ekonomi Islam*, (Skripsi S1 Progam Studi Ekonomi Syariah STAIN Metro), Perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro, 4 April 2013

Islam perintahkan. Pada penelitian tersebut terfokus pada pengaruh perilaku konsumen terhadap pembelian suatu barang, sedangkan pada penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada pengaruh pemahaman pola konsumsi Islami terhadap perilaku konsumsi mahasiswi.

Terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Umi Faridatul Karomah dengan judul “Study Komperatif Tentang Konsumsi Menurut Ekonomi Islam Dan Kapitalis”. Bahwa dalam konsumsi menurut kapitalis tidak dikenal dengan adanya sistem pembatasan dan juga pemerataan, hal ini tentu sangat berbeda dengan teori konsumsi yang dikenal dalam ekonomi Islam yang selalu mengedepankan unsur kebaikan dan menjauhkan dari unsur riba dan juga pemborosan. Namun demikian ada beberapa prinsip ekonomi kapitalis yang juga menjadi prinsip ekonomi Islam.⁴ Pada penelitian yang dilakukan oleh Umi Faridatul Karomah di atas terfokus pada perbedaan antara prinsip ekonomi Islam dan prinsip kapitalis tentang konsumsi sedangkan pada penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada pengaruh pemahaman pola konsumsi Islami terhadap perilaku konsumsi mahasiswi.

Selain itu juga, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Amanatus Sa’ida Firdaus dengan judul “ Perilaku Konsumsi Mahasiswa STAIN Jurai Siwo Metro”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi Mahasiswa STAIN Jurai Siwo Metro berdasarkan Prinsip

⁴ Umi Faridatul Karimah, *Studi Komparatif Tentang Konsumsi Menurut Ekonomi Islam Dan Kapitalis* , (Skripsi S1 Progam Studi Ekonomi Syariah STAIN Metro), Perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro, 4 April 2013.

Islam.⁵ Pada penelitian yang dilakukan oleh Amanatus Sa'ida Firdaus hanya terfokus pada perilaku mahasiswa sedangkan pada penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada pengaruh pemahaman pola konsumsi Islami terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Dari ketiga penelitian yang dilakukan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian ini memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Akan tetapi, dalam penelitian ini dikaji lebih ditekankan pada pengaruh pemahaman pola konsumsi Islami terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah di IAIN Metro.

⁵Amanatus Sa'idah Firdaus, *Perilaku Konsumsi Mahasiswa STAIN Jurai Siwo Metro*, (Skripsi S1 Progam Studi Ekonomi Syariah STAIN Metro), Perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro, 4 April 2013.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemahaman Pola Konsumsi Islami

1. Pengertian Pemahaman Pola Konsumsi Islam

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia pemahaman berasal dari kata dasar “Paham” yang artinya pengetahuan banyaknya, pendapat, pikiran, pandangan, pandai dan mengerti benar tentang suatu hal. Sedangkan pemahaman merupakan “proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan.”⁶

Pemahaman merupakan hasil belajar, maksudnya seseorang dapat menjelaskan dengan susunan kalimatnya sendiri atas apa yang dibacanya atau didengarnya, memberi contoh lain dari yang telah dicontohkan dan menggunakan petunjuk penerapan pada kasus lain.⁷

Pemahaman pola konsumsi Islam merupakan kemampuan untuk menerangkan dan mengaplikasikan tentang susunan kebutuhan seseorang terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu, yang dipenuhi dari pendapatannya. Pola konsumsi merupakan cara konsumen ketika melakukan kegiatan konsumsi (yaitu dalam memanfaatkan barang atau jasa) yang didasarkan atas berbagai kondisi (penghasilan, usia, gaya hidup, pendidikan, pekerjaan, dan lainnya).

⁶Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005) cet III, h.811.

⁷ Nana Sudjana, *Penilaian Hasil Prses Belajar Mengajar*, (Bandung, PT. Remaja Rsdakarya, 1995), h.24.

2. Jenis-jenis Pemahaman

a. Polya, membedakan 4 jenis pemahaman:

- 1) Pemahaman mekanika, yaitu dapat mengingat dan menerapkan sesuatu secara rutin atau perhitungan sederhana.
- 2) Pemahaman induktif, yaitu dapat mencobakan sesuatu dalam kasus serupa.
- 3) Pemahaman rasional, yaitu dapat membuktikan kebenaran sesuatu.
- 4) Pemahaman intuitif, yaitu dapat memperkirakan kebenaran sesuatu tanpa ragu-ragu, sebelum menganalisis secara analitik.

b. Polattsek, membedakan dua jenis pemahaman:

- 1) Pemahaman komputasional, yaitu dapat menerapkan sesuatu pada perhitungan rutin sederhana atau mengerjakan sesuatu secara algoritmik saja.
- 2) Pemahaman fungsional, yaitu dapat mengaitkan sesuatu dengan hal yang lain secara benar dan menyadari proses yang dilakukan.

c. Copeland, membedakan dua jenis pemahaman:

- 1) *Knowing How to*, yaitu dapat mengerjakan sesuatu secara rutin/algoritmik.
- 2) *Knowing*, yaitu dapat mengerjakan sesuatu dengan sadar akan proses yang dikerjakannya.

d. Skemp, membedakan dua jenis pemahaman:

- 1) Pemahaman instrumental, yaitu hafal sesuatu secara terpisah atau dapat menerapkan sesuatu pada perhitungan rutin/sederhana, mengerjakan sesuatu secara algoritmik saja.
- 2) Pemahaman rasional, yaitu dapat mengaitkan sesuatu dengan hal lainnya secara benar dan menyadari proses yang dilakukan. Dalam tingkatan ini seseorang mampu menerapkan dengan tepat suatu ide yang bersifat umum pada hal-hal yang khusus atau pada situasi baru.⁸

Berdasarkan keempat jenis pemahaman yang diungkapkan oleh para ahli di atas, dapat diketahui bahwa setiap pemahaman memiliki jenis yang berbeda-beda. Informasi pemahaman yang diterima dari setiap individu akan menghasilkan berbagai perbedaan pemahaman antara satu dengan lainnya. Sehingga dalam melakukan tindakan pun akan berbeda dari masing-masing individu.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, pemahaman yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemahaman rasional menurut Skemp. Ada beberapa indikator yang mengacu pada pemahaman rasional menurut Skemp untuk menyatakan tingkat pemahaman seseorang. Indikator dari pemahaman relasional menurut Skemp, mengacu pada indikator pemahaman konsep menurut Kilpatrick dan Findell, yaitu: Kemampuan menyatakan ulang konsep

⁸Yunika Lestaria Ningsih, "Kemampuan Pemahaman Konsep matematika Mahasiswa Melalui Penerapan Lembar Aktivitas Mahasiswa (LAM) Berbasis Teori Apos Pada Materi Turunan", *Edumatica*, No. 1/April 2016, h. 2

yang telah dipelajari, Kemampuan mengklarifikasi objek-objek berdasarkan dipenuhi atau tidaknya persyaratan yang membentuk konsep tersebut, Kemampuan menerapkan konsep, Kemampuan memberikan contoh dari konsep yang dipelajari, Kemampuan mengaitkan berbagai konsep.

3. Faktor yang mempengaruhi Pemahaman

Faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman adalah sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Yaitu faktor yang terdapat dalam pribadi manusia itu sendiri. Faktor ini berasal dari dalam yang sudah dibawa sejak lahir, berwujud benih, bibit, atau juga sering disebut faktor dasar.⁹ Faktor ini berupa *selektivitas* atau daya pilih seseorang untuk menerima dan mengolah pengaruh-pengaruh yang datang dari luar.

1) Usia

Berbagai penelitian psikologi menunjukkan adanya hubungan antara perkembangan usia dengan perkembangan jiwa, meskipun tingkat usia bukan merupakan satu-satunya faktor penentu, yang jelas kenyataan ini dapat dilihat dari adanya perbedaan pemahaman pada tingkat usia yang berbeda.

⁹Muh Farozin, *Pemahaman Tingkah Laku*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), h. 16

Berikut adalah batasan usia berdasarkan golongannya :
2 minggu - 2 tahun : bayi, 2-6 tahun : anak-anak awal, 6-12 tahun : anak-anak akhir, 12-14 tahun : pubertas, 14-17 tahun : remaja awal, 17-21 tahun : remaja akhir, 21-40 tahun : dewasa awal, 40-60 tahun : setengah baya, 60 tahun ke atas : tua

Bertambahnya umur seseorang dapat berpengaruh pada penambahan pemahaman yang diperolehnya. Semakin bertambahnya umur maka pemikiran, dan pemahaman seseorang akan lebih baik. Semakin tua usia maka semakin dewasa pemikirannya dan semakin matang pemahamannya.

2) Intelegensia

“Intelegensi adalah suatu fiksi ilmiah untuk mendeskripsikan perilaku individu yang berkaitan dengan kemampuan intelektual.”¹⁰ Maksudnya intelegensi adalah kemampuan yang dibawa sejak lahir yang memungkinkan seseorang berbuat sesuatu dengan cara tertentu. Atau kemampuan yang bersifat umum untuk mengadakan penyesuaian terhadap suatu situasi atau masalah yang bersifat umum tersebut meliputi berbagai jenis psikis seperti abstrak, berpikir mekanis, matematis, memahami, mengingat bahasa

¹⁰ Syamsu Yusuf, *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), jilid V, h. 106

dan sebagainya. Intelegensi merupakan penyesuaian diri secara mental terhadap situasi atau kondisi baru.¹¹

3) Jenis Kelamin

Ada perbedaan antara otak laki-laki dan otak perempuan. Pusat memori pada otak perempuan lebih besar dari otak laki-laki, akibatnya kaum perempuan memiliki daya ingat yang kuat dari laki-laki dalam menerima atau mendapat informasi dari orang lain, sehingga mempunyai pemahaman cepat dibandingkan lelaki.

Perbedaan Otak Perempuan dan laki-laki adalah sebagai berikut:

Pada usia 6-12 tahun otak kanan dan kiri laki-laki akan mulai berkembang dan baru berkembang beriringan menginjak usia 18 tahun. Pada usia itulah laki-laki akan menduduki posisi penting semisal ketua senat, ketua BEM, memimpin orasi dan lain sebagainya. Sedangkan perempuan akan kembali ke fitrah yakni menjadi seksi konsumsi, bendahara, sekretaris, dan sebagainya.

Otak kiri pada perempuan berkembang lebih cepat daripada laki-laki. Pada usia 0-6 tahun otak kanan dan kiri perempuan tumbuh dengan kecepatan yang berimbang. Sedangkan pada laki-laki otak kanan berkembang lebih cepat

¹¹ Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, h. 153

daripada perempuan. Meski demikian, otak kanan laki-laki berkembang lebih cepat daripada otak kiri perempuan. Tak heran jika pada usia sekolah banyak perempuan mendapat ranking di kelasnya, lebih cepat kemampuan membaca dan menulisnya. Anak laki-laki yang mungkin merasa kurang dalam lisan, kesenian dan matematika merasa terintimidasi dan akhirnya lebih senang membuat kekacauan dan keributan.

Otak perempuan terhubung lebih baik dan otak pria dibuat untuk pekerjaan khusus. Sehingga perempuan mampu mengerjakan berbagai pekerjaan yang tidak saling berhubungan dalam satu waktu

b. Faktor Eksternal

Yaitu faktor yang terdapat diluar pribadi manusia. Faktor ini berupa interaksi sosial di luar kelompok. Misalnya interaksi antara manusia yang dengan hasil kebudayaan manusia yang sampai padanya melalui alat-alat komunikasi seperti: surat kabar, radio, televisi, majalah, dan lain sebagainya.¹²

1) Pendidikan

Pendidikan adalah hal terpenting di dalam kehidupan seseorang. Pendidikan merupakan suatu proses pembelajaran untuk mengembangkan atau meningkatkan kemampuan tertentu.

¹²Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h.158

Proses pendidikan sesungguhnya telah berlangsung semenjak bayi manusia dilahirkan ke dunia. Semenjak seorang dilahirkan telah tersentuh pendidikan yang diberikan oleh orangtuanya. Sesederhana apapun bentuk pendidikan yang diberikan oleh orangtua kepada anak yang dilahirkannya, pastilah telah terjadi transfer nilai-nilai pendidikan pada anak tersebut.¹³

Pendidikan adalah hal terpenting dalam kehidupan seseorang. Pendidikan merupakan suatu proses pembelajaran untuk mengembangkan atau meningkatkan kemampuan terhadap diri seseorang. Dengan adanya pendidikan seseorang akan menjadi paham dan mengetahui lebih luas tentang apa yang ada disekitarnya. Misalnya, lulusan perguruan tinggi tingkat pemahamannya akan berbeda dengan lulusan SMA, begitu juga lulusan SMA pemahamannya akan lebih baik dibandingkan dengan lulusan SMP.

2) Sosial Budaya dan Ekonomi

Manusia adalah makhluk individu dan makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa lepas dari individu yang lainnya. Secara kodrati, manusia selalu hidup bersama.

¹³Purwa Atmaja Prawira, *Psikologi pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), h.

Hidup bersama ini berlangsung dalam berbagai bentuk. Komunikasi dan situasi.¹⁴

Seseorang memperoleh suatu kebudayaan dalam hubungannya dengan orang lain, karena hubungan ini seseorang mengalami suatu proses belajar dan memperoleh suatu pemahaman. Status ekonomi seseorang juga akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu, sehingga status sosial ekonomi ini akan mempengaruhi pemahaman seseorang.

3) Lingkungan

Lingkungan adalah tempat dimana manusia itu hidup, menyesuaikan dirinya (beradaptasi) dan mengembangkan dirinya. Manusia mempunyai alat yang sangat tangguh yang menyebabkan ia bertahan hidup di dunia ini, alat itu adalah akal budi.¹⁵

Lingkungan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemahaman seseorang. Lingkungan memberikan pengaruh pertama bagi seseorang, dimana seseorang dapat mempelajari hal-hal yang baik dan juga hal-hal yang buruk tergantung pada sifat kelompoknya. Dalam lingkungan seseorang akan memperoleh pengalaman yang akan berpengaruh pada cara berpikir seseorang.

¹⁴ Adang Hambali, *Psikologi Kepribadian*, (Bandung: Pusaka Setia, 2013), h. 31

¹⁵ Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, h. 9.

Orang yang tinggal di lingkungan pedesaan pasti akan berbeda pemahamannya dengan orang yang tinggal di lingkungan perkotaan. Masyarakat yang tinggal di kota-kota besar mempunyai gaya hidup yang glamor atau sering disebut dengan pola serba mewah, orang-orang kota cenderung memikirkan diri sendiri tanpa memikirkan orang lain. Sedangkan gaya hidup masyarakat pedesaan sangat sederhana, orang-orang pedesaan umumnya solid, rukun, kompak, dan kekeluargaan sangat dinomor satukan, adat istiadat masih dijunjung tinggi dalam kehidupan, sebagian besar orang-orang di desa hidup bergantung dari hasil bumi, masyarakat pedesaan biasanya memiliki sifat yang ramah, sopan dan peduli terhadap lingkungan.

4) Informasi

Informasi akan memberikan pengaruh pada pemahaman seseorang. Meskipun seseorang memiliki pendidikan yang rendah tetapi jika ia mendapatkan informasi yang baik dari berbagai media misalnya TV, radio atau surat kabar maka hal itu akan dapat meningkatkan pemahaman seseorang.

4. Tingkatan dalam Pemahaman

Kemampuan pemahaman berdasarkan tingkat kepekaan dan derajat penyerapan materi dapat dijabarkan ke dalam tiga tingkatan, yaitu:

a. Menerjemahkan (*translation*)

Pengertian menerjemahkan bisa diartikan sebagai pengalihan arti dari bahasa yang satu dengan bahasa yang lain. Dapat juga dari konsepsi abstrak menjadi satu model yang simbolik untuk mempermudah orang mempelajarinya. Contohnya dalam menerjemahkan *Bhineka Tunggal Ika* menjadi berbeda-beda tapi tetap satu.

b. Menafsirkan (*Interpretation*)

Kemampuan ini lebih luas daripada menerjemahkan, menafsirkan adalah kemampuan untuk mengenal dan memahami. Menafsirkan dapat dilakukan dengan cara menghubungkan pengetahuan yang diperoleh berikutnya, menghubungkan antara grafik dengan kondisi yang dijabarkan sebenarnya, serta membedakan yang pokok dan tidak pokok dalam pembahasan.

c. Mengekstrapolasi (*extrapolation*)

Ekstrapolasi menuntut kemampuan intelektual yang lebih tinggi karena seseorang dituntut untuk bisa melihat sesuatu dibalik yang tertulis. Membuat ramalan tentang konsekuensi atau memperluas persepsi dalam arti waktu, dimensi, kasus ataupun masalahnya.¹⁶

¹⁶ Raisa Pratiwi, "Pemahaman Mahasiswa Non-Muslim Terhadap Mata Kuliah Akuntansi Syariah: Studi Kasus Di Jurusan Akuntansi STIE Multi Data Palembang", (Palembang: Forum Bisnis dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP), vol. 5 No 1 September 2015, h.58

Pemahaman merupakan salah satu patokan kompetensi yang dicapai setelah seseorang melakukan kegiatan belajar. Dalam proses pembelajaran, setiap individu yang berbeda-beda dalam memahami apa yang dipelajari. Ada yang mengambil makna dari apa yang telah dia pelajari, sehingga yang dicapai hanya sebatas mengetahui. Untuk itulah terdapat tingkatan-tingkatan dalam memahami.

B. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Konsumen adalah orang pemakai barang maupun jasa, baik bagi kepentingan dirinya sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁷ Konsumen merupakan seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa.

Konsumsi (*consumptie*) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup yaitu sandang, pangan dan papan. Jika di pandang secara khusus, maka seringkali konsumsi hanya terbatas pada pola makan dan minum. Namun, apabila cakupan konsumsi diperluas akan ditemukan konsep bahwa konsumsi merupakan segala aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan kepuasan atas penggunaan suatu produk sehingga mengurangi atau menghabiskan daya guna produk tersebut. Seperti memanfaatkan mesin cuci dan memakai pakaian termasuk dalam konsep konsumsi.¹⁸

Perilaku konsumen adalah aktivitas dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengukur barang atau jasa yang di anggap mampu memuaskan kebutuhan dirinya. Perilaku konsumen juga berarti

¹⁷ Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat 2

¹⁸Dwi Suwikyono, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h.148.

cara konsumen mengeluarkan sumber dayanya yang terbatas, seperti uang, waktu, dan tenaga untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan demi kepuasannya.¹⁹

2. Macam-macam Perilaku Konsumen

Setiap konsumen mempunyai selera yang berbeda satu dengan yang lain dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga selera akan mempengaruhi tingkat konsumsi seseorang. Pada dasarnya, perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi 2 yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irrasional. Yang dimaksud dengan perilaku konsumen yang bersifat rasional adalah tindakan perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, yaitu seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan utama/primer, serta daya guna produk itu sendiri terhadap konsumen pembelinya. Sedangkan perilaku konsumen yang bersifat irrasional adalah perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon atau marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan. Untuk lebih jelasnya, berikut beberapa ciri-ciri yang menjadi dasar perbedaan antara perilaku konsumen yang bersifat rasional dan perilaku konsumen yang bersifat irrasional.

¹⁹Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.235.

Berikut ini beberapa ciri-ciri dari Perilaku Konsumen yang bersifat Rasional.²⁰

- a. Konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhan.
- b. Barang yang dipilih konsumen memberikan kegunaan optimal.
- c. Konsumen memilih barang yang mutunya terjamin
- d. Konsumen memilih barang yang harganya sesuai dengan kemampuan konsumen

Beberapa ciri-ciri Perilaku Konsumen yang bersifat Irrasional:

- a. Konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak maupun elektronik
- b. Konsumen memilih barang-barang bermerk atau branded yang sudah dikenal luas, tanpa menyesuaikan dengan kemampuan.
- c. Konsumen memilih barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau prestise.

3. Faktor Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat di pengaruhi oleh faktor-faktor yang ada di luar diri manusia (eksternal) dan faktor-faktor yang ada dalam diri manusia (internal). Berikut ini adalah beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen :

²⁰ Rahmi Dewi Komalasari, *Perilaku konsumen rasional dan Irrasional*, dapat dilihat di <http://rahmidewi36.blogspot.co.id/2013/01/perilaku-konsumen-rasional-dan-irasional.html>, diunduh pada 19 januari 2017.

a. Faktor Eksternal

1) Faktor budaya

adalah karakter masyarakat secara keseluruhan, termasuk di dalamnya beberapa faktor yang meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, musik, seni, teknologi, pola kerja, produk, dan ciri lainnya yang memberikan perbedaan warna dari masyarakat lainnya.²¹ Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat.

2) Kelas Sosial

Kelas sosial dapat diartikan suatu kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan para anggota setiap jenjang itu memiliki nilai, minat dan tingkah laku yang sama.²²

b. Faktor Internal

1) Faktor psikologi

Faktor psikologis juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif meliputi

²¹ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 89.

²² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, jilid I (Penerbit Erlangga, 1990), h.180.

motivasi, persepsi, pengalaman belajar, motivasi, sikap dan kepercayaan.

a) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana individu menyeleksi, mengorganisasi dan menterjemahkan stimulasi menjadi sebuah arti yang koheren dengan semua kejadian dunia. Dapat juga digambarkan dengan bagaimana kita melihat dunia sekitar kita.²³ Dengan persepsi yang baik maka motivasi untuk bertindak akan tinggi dan ini menyebabkan orang tersebut bertindak secara rasional.

b) Pengalaman belajar

Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan untuk membeli suatu barang ataupun jasa. Pengalaman belajar yaitu proses mendapatkan pengetahuan dan pengalaman. Pengaruh pengalaman belajar terhadap perilaku konsumen adalah mereka menjadi selektif sebelum memutuskan untuk membeli barang dan jasa.²⁴

²³Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Kewirausahaan*, h. 66.

²⁴Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), Cet V, h. 45.

c) Motivasi

Motivasi adalah suatu kebutuhan yang cukup kuat mendesak untuk mengarahkan seseorang agar dapat mencari pemuasan terhadap kebutuhannya.²⁵ Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh seorang konsumen.²⁶ Dengan motivasi tinggi dorongan kebutuhan dan keinginan tersebut akan menjadi lebih kuat apabila barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kepribadiannya.

d) Sikap dan kepercayaan

Sikap dan kepercayaan merupakan faktor yang ikut mempengaruhi pandangan dan perilaku pembelian konsumen. Sikap adalah suatu keadaan pada diri seseorang dalam berperilaku suka atau tidak suka ketika dihadapkan kepada satu situasi.²⁷ Pengaruh sikap terhadap perilaku konsumen sangatlah jelas, misalnya produk yang bermanfaat dan berkualitas akan disukai konsumen dan begitupula sebaliknya.

²⁵Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2009), Cet.4, h.227.

²⁶Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor Selatan: Ghilia Indonesia, 2002), h. 34.

²⁷Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Kewirausahaan*, h. 80.

C. Etika Konsumsi Dalam Islam

Etika Islam berarti *akhlak mahmudah* atau akhlak terpuji. Istilah etika yang dalam bahasa Indonesianya adalah “kesusilaan”, kata dasarnya adalah “susila” kemudian diberi awalan ke- dan akhiran-an. “susila” berasal dari bahasa sansekerta, “su” berarti baik “sila” berarti “norma” kehidupan. Jadi etika menyangkut kelakuan yang menuruti norma-norma kehidupan yang baik. Adapun etika islam , berarti menuruti hukum-hukum yang telah ditetapkan Allah SWT. Agar manusia mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.²⁸

Adapun etika konsumsi Islam harus memperhatikan beberapa hal, diantaranya adalah :

- a. Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal yaitu:
 - 1) Zat, secara materi barang tersebut telah disebutkan dalam hukum Syariah. Halal, dimana asal hukum makanan adalah boleh kecuali yang dilarang (QS Al Baqarah:168-169, An-Nahl:66-69). Haram, dimana hanya beberapa jenis makanan yang dilarang seperti babi, dara. Ini dijelaskan dalam (QS Al-Baqarah:173)
 - 2) Proses, artinya dalam prosesnya telah memenuhi kaidah Syariah, misalnya sebelum Makan baca basmalah, selesai makan baca hamdalah, menggunakan tangan kanan dan bersih. Cara mendapatkannya tidak dilarang. Misal, riba, merampas, jadi, menipu, mengurangi timbangan, dan lain sebagainya.

²⁸Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta:Graha Ilmu,2008), h.37-38.

- 3) Kemanfaatan atau kegunaan barang yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya ataupun orang lain.
- 4) Kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak terlalu sedikit atau kikir, tetapi pertengahan, secara etik memiliki kekayaan berlebih harus mau berbagi melalui zakat, infak, sedekah maupun wakaf. Dan ketika kekurangan harus sabar dan merasa cukup dengan apa yang dimilikinya.

Dalam diri seseorang muslim harus mengonsumsi yang membawa manfaat bukan merugikan. Konsumsi Islami berjalan secara seimbang. Menunaikan nafkah yang wajib seperti zakat, infak, sodakoh, dan lainnya dan urusan yang bermanfaat untuk mereka yang membutuhkan.

Di dalam etika Islam, diajarkan bahwa dalam mengonsumsi suatu barang harus dengan cara yang halal dan baik. Artinya, perbuatan yang baik dalam cara mencari barang-barang atau rezeki untuk di konsumsi. Konsumsi berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan *israf* (pemborosan) atau *tabzir* menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti menggunakan harta dengan cara yang salah, yaitu menuju tujuan-tujuan yang terlarang, seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, atau sedekah.

Ajaran-ajaran islam mengajarkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak di antara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi di atas dapat melampaui sikap moderat (wajar) dianggap *israf* dan tidak disenangi Islam.²⁹

Beberapa hal yang melandasi perilaku seorang muslim dalam berkonsumsi adalah berkaitan dengan urgensi, tujuan dan etika konsumsi. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh sebab itu, sebagian besar konsumsi akan diarahkan kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Pengabaian terhadap konsumsi berarti mengabaikan kehidupan manusia dan tugasnya dalam kehidupan.³⁰ Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi pada tingkat yang layak bagi dirinya, keluarganya dan orang paling dekat di sekitarnya. Meski demikian konsumsi Islam tidak mengharuskan seseorang melampaui batas untuk kepentingan konsumsi dasarnya, seperti mencuri atau merampok. Tapi, jika dalam kondisi darurat dan dikhawatirkan bisa menimbulkan kematian, maka seseorang diperbolehkan untuk mengkonsumsi sesuatu yang haram dengan syarat sampai masa darurat itu hilang, tidak berlebihan dan pada dasarnya memang dia tidak suka.

²⁹M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia,2015), h.188.

³⁰Arif Pujiyono, Teori Konsumsi Islami, (jurnal dinamika Pembangunan Vol. 3 No. 2 / Desember 2006), hal. 198.

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah swt. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bemilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Konsumsi dalam perspektif ekonomi konvensional dinilai sebagai tujuan terbesar dalam kehidupan dan segala bentuk kegiatan ekonomi. Bahkan ukuran kebahagiaan seseorang diukur dengan tingkat kemampuannya dalam mengkonsumsi. Konsep konsumen adalah 'raja' menjadi arah bahwa aktifitas ekonomi khususnya produksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan kadar relatifitas dari keinginan konsumen.

Dalam konsumsi, seorang muslim harus memperhatikan kebaikan (kehalalan) sesuatu yang akan dikonsumsi. Para fuqaha' menjadikan memakan hal-hal yang baik ke dalam empat tingkatan. Pertama, wajib, yaitu mengkonsumsi sesuatu yang dapat menghindarkan diri dari kebinasaan dan tidak mengkonsumsi kadar ini padahal mampu yang berdampak pada dosa. Kedua, sunnah, yaitu mengkonsumsi yang lebih dari kadar yang menghindarkan diri dari kebinasaan dan menjadikan seorang muslim mampu shalat dengan berdiri dan mudah berpuasa. Ketiga, mubah, yaitu sesuatu yang lebih dari yang sunnah sampai batas kenyang. Keempat, konsumsi yang melebihi batas kenyang, yang dalam hal ini terdapat dua pendapat, ada yang mengatakan makruh yang satunya mengatakan haram. Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar

perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah, yang ini memiliki indikasi positif dalam kehidupannya.

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi di atas terdapat dalam Al-quran dan As-sunnah. Jika manusia dapat melakukan aktivitas konsumsi sesuai dengan ketentuan Al-quran dan As-sunnah, maka akan membawa keberkahan dan kesejahteraan hidupnya.

Sumber hukum konsumsi yang tercantum dalam Al-quran terdapat dalam Q.S Al-A'raff [7]: 31

﴿ يٰٓبَنِي ٓءَادَمَ خُذُوٓا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَشَرِبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

Arinya : "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.

Dalam bidang konsumsi, Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas.

Menurut Islam, perbuatan untuk memanfaatkan atau mengkonsumsi suatu barang yang baik itu dianggap sebagai kebaikan dalam Islam.³¹

Dalam Ekonomi Islam konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip dasar yaitu:

a. Prinsip keadilan

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah SWT. Akan tetapi pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan Syariat sehingga selain mendapatkan keuntungan material, juga merasakan kepuasan spiritual. Al-Quran secara tegas menentukan norma perilaku ini, baik untuk hal-hal yang bersifat material maupun spiritual untuk menjamin adanya kehidupan yang berimbang antara kehidupan dunia dan kehidupan akhirat. Oleh karena itu, dalam Islam konsumsi tidak hanya barang-barang yang bersifat duniawi, tetapi juga untuk kepentingan di jalan Allah SWT (*fisabilillah*).

Prinsip keadilan mengandung arti ganda mengenai mencari rizki yang halal dan tidak dilarang hukum. Artinya sesuatu yang dikonsumsi didapatkan secara halal dan tidak bertentangan dengan hukum. Berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kezaliman, beberapa dalam koordinat aturan

³¹Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h.92.

atau hukum agama, serta menjunjung tinggi kepastian atau kebaikan. Islam memiliki berbagai ketentuan tentang benda ekonomi yang boleh dikonsumsi dan yang tidak boleh dikonsumsi.

Keadilan yang dimaksud adalah mengonsumsi sesuatu yang halal (tidak haram) dan baik (tidak membahayakan tubuh) kelonggaran diberikan bagi orang yang terpaksa, dan bagi orang yang satu ketika tidak mempunyai makanan untuk dimakan. Ia boleh memakan makanan yang terlarang itu sekedar yang dianggap perlu untuk kebutuhan seketika saja.

b. Prinsip kebersihan

Syarat yang kedua ini tercantum di dalam kitab suci Al-Quran maupun *as-sunah* tentang makanan. Makanan yang akan dimakan hendaknya harus baik, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.³²

Bersih dalam arti sempit adalah bebas dari kotoran atau penyakit yang dapat merusak fisik atau mental manusia. Sementara dalam arti luas adalah bebas dari segala sesuatu yang diberkahi Allah. Tentu saja benda yang dikonsumsi memiliki kemanfaatan atau kemubaziran dan bahkan dapat merusak.

³²*Ibid.*, h. 93.

Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan, dan menimbulkan kemaslahatan untuk umat, baik secara material maupun spiritual. Barang yang dikonsumsi hendaknya harus bersifat halal, seperti tercantum pada Q.S. Al-Baqarah[2] : 168 sebagai berikut:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

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”.

c. Prinsip kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai sikap tidak berlebih-lebihan. Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*israf*), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (bermewah-mewah), yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu. Allah SWT akan sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas.³³

Kesederhanaan ini juga dijelaskan di dalam Q.S. Al-Furqon [25] :67 sebagai berikut :

³³*Ibid.*, h. 193.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

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

Kesederhanaan yang dimaksud adalah, tidak boleh mengonsumsi satu barang itu secara berlebihan dan harus sesuai dengan kemampuan., jadi dalam memutuskan membeli satu barang itu harus memperhitungkan penting atau tidaknya barang tersebut, serta harus sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan yang dimiliki.

d. Prinsip kemurahan hati

Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dengan keimanan yang kuat dalam tuntunann-Nya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya. Berikut dalil QS. Al-Maidah [5]: 96

أُحِلَّ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ مَتَّعًا لَكُمْ وَلِلسَّيَّارَةِ وَحُرِّمَ عَلَيْكُمْ صَيْدُ الْبَرِّ مَا دُمْتُمْ حُرُمًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ ﴿٩٦﴾

Artinya: “Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan; dan diharamkan atasmu

(menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram. Dan bertakwalah kepada Allah Yang kepada-Nya-lah kamu akan dikumpulkan.”³⁴

Prinsip kemurahhatian di sini maksudnya adalah, ini masih berhubungan dengan prinsip berlebihan. Maksudnya, jika memang masih banyak orang yang kekurangan pakaian, makanan, minuman dan lain sebagainya maka hendaknya kita sisihkan pakaian, makanan, minuman, apa pun yang kita miliki, kemudian kita berikan kepada mereka yang sangat membutuhkannya.

Dengan mentari ajaran Islam maka tidak ada bahaya atau dosa ketika mengkonsumsi benda-benda ekonomi yang halal yang disediakan Allah aren kemurahan-Nya. Selamakonsumsi ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang membawa kemanfaatan bagi kehidupan dan peran manusia untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah maka Allah telah memberikan anugerah-Nya bagi manusia.

e. Prinsip moralitas

Pada akhirnya konsumsi seorang muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan.

Selain hal-hal teknis di atas Islam juga memperhatikan pembangunan moralitas sepiritual bagi manusia hal tersebut dapat di gambarkan dengan perintah agama yang mengajarkan untuk

³⁴*Ibid.*, h.94.

senantiasa menyebut nama Allah dan bersyukur atas karunianya, maka hal tersebut secara tidak langsung akan membawa dampak psikologis bagi pelakunya seperti anti makanan haram baik zat maupun cara mendapatkannya maupun ketenangan jiwa.³⁵

Moralitas di sini maksudnya, seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum ataupun sesudah membeli satu barang untuk di konsumsi manfaatnya agar dapat merasakan kehadiran ilahi pada setiap memenuhi kebutuhan fisiknya. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spiritual yang berbahagia.

D. Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka berikir merupakan hal penting dalam penelitian khususnya penelitian kuantitatif.

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen.³⁶

Berdasarkan teori di atas, kerangka berpikir dalam penelitian ini akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara Pemahaman dengan Perilaku konsumsi Islami mahasiswa. Rumusan kerangka pikir dalam penelitian ini adalah “ Jika mahasiswi memahami dengan baik tentang konsumsi Islami maka perilaku konsumsinya akan baik” dan “ jika

³⁵Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Prespektif Islam*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), h.110

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 91.

mahasiswi tidak memahami tentang konsumsi Islami maka perilaku konsumsinya tidak baik”. Dengan kata lain, semakin dalam pemahamannya maka semakin baik perilakunya, jika kurang dalam pemahamannya maka perilakunya juga akan kurang baik, begitu juga apabila pemahamannya tidak baik maka perilakunya juga tidak akan baik.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata “*hypo*” yang berarti “di bawah” dan “*thesa*” yang berarti “kebenaran”.³⁷ Hipotesis dipandang sebagai komponen penting dalam penelitian kuantitatif. “Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul”.³⁸

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis hipotesis kerja vs hipotesis nol. Hipotesis Kerja disingkat H_a adalah hipotesis “yang sebenarnya”, atau merupakan pernyataan rekaan yang hasil pengujiannya diterima.³⁹ Sedangkan hipotesis *nol* disingkat H_o merupakan hipotesis statistik, yaitu hipotesis yang diuji dengan statistik. Hipotesis nol dibuat dengan kemungkinan yang besar untuk di tolak.

Dalam pembuktian penelitian, hipotesis kerja (H_a) harus diubah menjadi H_o , dengan tujuan agar peneliti tidak mempunyai prasangka atau

³⁷ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2012), Cet 3, h.63.

³⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 110.

³⁹ Toto Syatori Nasehudin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: CV Pustaka Setia, 2012), h. 89.

untuk menghindari objektivitas. Jadi, peneliti diharapkan jujur, tidak terpengaruh pernyataan H_a .⁴⁰

Ada beberapa bentuk hipotesis berdasarkan hubungan antar variabel, bentuk-bentuk hipotesis penelitian sangat terkait dengan rumusan masalah penelitian. Bila dilihat dari tingkat eksplanasinya, maka bentuk rumusan masalah penelitian ada tiga yaitu : rumusan masalah deskriptif (variabel mandiri), komparatif (perbandingan), dan asosiatif (hubungan).

Adapun hipotesis yang penulis kemukakan dalam penelitian adalah:

1. H_a : Ada Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi IAIN Metro.
2. H_o : Tidak Ada Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi IAIN Metro.

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan praktik*, h. 113.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, perlu dibuat rancangan penelitian yang memuat jenis dan sifat penelitian. Jenis penelitian yang akan penulis lakukan termasuk kategori kuantitatif.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula dengan tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik atau tampilan lainnya.⁴¹

Penelitian kuantitatif didasari oleh filsafat positivisme. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mencari hubungan dan menjelaskan sebab-sebab perubahan dalam fakta-fakta sosial yang terukur.⁴²

Penelitian ini bersifat korelatif, maksudnya adalah suatu penelitian untuk mengetahui hubungan antar dua variabel dengan variabel-variabel lain. Hubungan antara beberapa variabel tersebut dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi dan keberartian secara statistik. Korelasi

⁴¹ Zuhairi, *et, al*, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 24.

⁴² Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), Cet 7, h. 53.

merupakan salah satu teknik analisis dalam statistik yang digunakan dengan tujuan menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian.⁴³

B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Penyusunan definisi operasional ini perlu dilakukan, karena definisi operasional akan menunjuk alat pengumpul data yang cocok. Definisi operasional variabel dapat diartikan sebagai “definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (observasi)”.⁴⁴ Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.⁴⁵ Sebaik apapun konsep mengenai variabel tanpa operasionalisasi yang jelas, variabel itu tidak akan dapat diukur. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa definisi operasional variabel merupakan kriteria atau ciri-ciri, indikator dari sebuah variabel yang akan diukur.

1. Pemahaman Pola Konsumsi Islam (X)

Pemahaman pola konsumsi Islam adalah tingkat kemampuan seseorang dalam menerjemahkan, menafsirkan, dan mengekstrapolasi dengan baik apa itu pola konsumsi Islam, yang didapat dari proses pembelajaran.

⁴³ Kasmadi,dkk, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.64.

⁴⁴ Sumadi suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2008), h. 29.

⁴⁵ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), Cet XI, h.74.

2. Perilaku Konsumen (Y)

Variabel terkait (Y) pada penelitian ini adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah aktivitas seseorang dalam mengeluarkan uang, tenaga dan waktunya untuk mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengukur barang atau jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhannya.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif yang perlu dibuat rancangan penelitian secara jelas, sehingga perlu diketahui populasi yang ingin diteliti.

1. Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *Population*, yang berarti jumlah penduduk.⁴⁶ Populasi adalah seluruh sumber data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup, dan waktu yang sudah di tentukan.⁴⁷ Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: Objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁸ Berdasarkan definisi di atas, populasi berarti keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian.

Pada penelitian ini populasinya adalah semua mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2015 dan angkatan 2014 di IAIN Metro.

⁴⁶ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), Cet &, h.109

⁴⁷ Kasmadi,dkk, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, h.65

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta,2010),h. 117

2. Sampel

“Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.⁴⁹ Sampel dianggap sebagai sumber data yang penting untuk mendukung penelitian.

Pengambilan sampel merupakan suatu proses pemilihan dan penentuan jenis sampel dan perhitungan besarnya sampel yang akan menjadi objek atau subjek penelitian. Sampel yang secara nyata akan di teliti harus representatif dalam arti mewakili populasi baik dalam karakteristik maupun jumlahnya⁵⁰

Perhitungan banyaknya sampel didasarkan pada perhitungan prosentase dari jumlah populasi terjangkau. “Apabila subjek populasi lebih dari 100, maka sampel dapat diambil antar 10% sampai 15%”.⁵¹ Dengan demikian, peneliti mengambil jumlah sampel yang dibutuhkan sebagai sumber data dalam penelitian adalah 10%. Dimana jumlah mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2015 berjumlah 140, dan angkatan 2014 berjumlah 145. Dengan demikian sampel yang akan di uji adalah 29 orang.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Secara umum, ada beberapa jenis teknik pengambilan sampel yaitu⁵²:

⁴⁹ *Ibid*, h.66.

⁵⁰ Nana Syaodih, *Metode Penelitian Pendidikan*, h.252.

⁵¹ Kasmadi,dkk, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, h. 66.

⁵² Sugiyono, *Statistika Untuk penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), Cet.28, h.62.

a. *Probability sampling*

Adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur(anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi:

1) *Simple Random Sampling*

Dikatakan *simple* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

2) *Proportionate Stratified Random Sampling*

Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

3) *Disproportionate Stratified Random Sampling*

Teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional.

4) *Cluster Sampling (Area Sampling)*

Teknik sampling daerah digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misal penduduk dari suatu negara, propinsi atau kabupaten.

b. *Nonprobability Sampling*

Adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi:

1) Sampling sistematis

Adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomer urut.

2) Sampling kuota

Adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan.

3) Sampling insidensial

Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidensial bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

4) Sampling purposive

Adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

5) Sampling total

Adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

6) *Snowball* sampling

Adalah teknik penentuan sampel mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar.

Dari teori di atas, maka peneliti menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* dalam menentukan sampel. Yakni sampel diambil secara acak berdasarkan proporsi dengan strata yang ada. Adapun teknik *random*-nya menggunakan nomor urut ganjil dengan interval 11 sehingga ketemu sampel yang dibutuhkan sebanyak 29 orang.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidak sesuatu penelitian.⁵³ Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Angket

Metode pokok yang peneliti gunakan dalam mengumpulkan data adalah kuesioner (angket). “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.⁵⁴

Berdasarkan definisi di atas, dapat dipahami bahwa kuesioner (angket) adalah suatu cara pengumpulan data dengan membagikan

⁵³ *Ibid*, h. 129

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, h. 199.

daftar pertanyaan kepada responden untuk memperoleh jawaban mengenai masalah yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode angket tertutup. Angket tertutup adalah suatu angket yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Metode angket yang akan penulis gunakan adalah angket langsung yaitu responden menjawab tentang dirinya.⁵⁵ Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data tentang pemahaman dan perilaku konsumsi Mahasiswi. Angket ini diberikan kepada Mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2014 dan angkatan 2015 di IAIN Metro.

Angket yang diberikan kepada responden menggunakan angket tertutup berbentuk *checklist*, responden cukup memberi tanda ceklis (√) pada kolom yang tersedia.

Adapun daftar pertanyaan dalam angket yang akan diberikan kepada responden berjumlah 10 item untuk variabel X (pemahaman pola konsumsi Islami), dan 10 item untuk variabel Y (Perilaku konsumen) dengan alternatif jawaban yang sesuai dengan kriteria sebagai berikut.⁵⁶

- | | | | |
|-------|-----------------|-------------|---|
| a. SS | = Sangat setuju | diberi skor | 4 |
| b. ST | = Setuju | diberi skor | 3 |
| c. TS | = Tidak setuju | diberi skor | 2 |

⁵⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h.195.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, h. 136.

d. STS = Sangat tidak setuju diberi skor 1

2. Metode Observasi

Metode observasi disebut juga metode pengamatan, yaitu metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang peneliti saksikan selama penelitian. Penyaksian terhadap peristiwa-peristiwa itu bisa dengan melihat, mendengarkan, merasakan, yang kemudian dicatat seobyektif mungkin.⁵⁷

Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi *participant observation* dan *non participant observation*.⁵⁸ *Participant observation* maksudnya peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati, sedangkan penelitian *nonparticipan* maksudnya peneliti tidak terlibat dalam aktifitas dan hanya sebagai pengamat independen.⁵⁹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi non partisipan berstruktur, maksudnya adalah observasi yang dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya.⁶⁰

Didalam metode observasi ini digunakan untuk melihat perilaku konsumen sebagai kroscek dari hasil angket.

3. Metode wawancara

“Wawancara merupakan percakapan antara dua orang dimana salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi

⁵⁷ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Grasindo, 2002), h.116

⁵⁸ *Ibid*, h. 204.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, h. 204.

⁶⁰ *Ibid*, h. 205

untuk suatu tujuan tertentu”.⁶¹ Berdasarkan definisi tersebut dapat penulis pahami bahwa metode wawancara adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan menanyakan langsung terhadap objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara terarah. “Wawancara terarah dilaksanakan secara bebas, tetapi kebebasan ini tetap tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara”.⁶² Metode wawancara ini digunakan untuk memperkuat informasi yang didapat dari angket pengaruh pemahaman perilaku konsumsi Islami terhadap perilaku konsumsi di lingkungan mahasiswa ekonomi Syariah di IAIN Metro. Wawancara akan dilakukan kepada beberapa mahasiswa yang akan diteliti.

4. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.⁶³

Teknik dokumentasi penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu data mahasiswa dari akademik IAIN Metro dan buku-buku yang membahas tentang perilaku konsumen antara lain Adiwarmanto A. Karim ekonomi Mikro Islam, Eko Suprayitno Ekonomi Islam,

⁶¹ Haris Hardiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Group: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h. 29.

⁶² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, h. 138.

⁶³ Edi Kusnadi, *Metodologi Penelitian Aplikasi Praktis: Aplikasi Praktis*, (Jakarta Timur: Ramayana Pers, 2008), h.102.

Sukarno Wibowo Ekonomi Mikro Islam, Eko Supriyatno Ekonomi Mikro Prespektif Islam, M.Nur Riyanto Pengantar Ekonomi Syariah, Dwi Suwikyono Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam, Abdul Aziz Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen pengukur variabel penelitian berperan penting dalam usaha memperoleh informasi yang akurat dan terpercaya. Pengumpulan data pada suatu penelitian harus menggunakan instrumen yang tepat. “Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah”.⁶⁴

Instrumen yang dirancang dan disusun harus sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan, sehingga perlu disajikan kisi-kisi pengembangan instrumen yang menggambarkan jumlah dan urutan item yang ada pada setiap variabel yang akan dituangkan dalam lembaran instrumen penelitian.

1. Rancangan kisi-kisi instrumen

Rancangan kisi-kisi instrumen ini dibuat agar penulis memiliki gambaran yang jelas tentang jenis instrumen serta lebih mudah dalam menyusun instrumen.

⁶⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, h. 203.

“Kisi-kisi penyusunan instrumen menunjukkan kaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data dari mana data akan diambil, metode yang digunakan dan instrumen yang disusun”.⁶⁵

Ada dua macam kisi-kisi yang harus disusun oleh seorang peneliti sebelum menyusun instrumen, yaitu:

- a. Kisi-kisi umum adalah kisi-kisi yang dibuat untuk menggambarkan semua variabel yang akan diukur, dilengkapi dengan semua kemungkinan sumber data, semua metode dan instrumen yang mungkin dapat dipakai.
- b. Kisi-kisi khusus, yaitu kisi-kisi untuk menggambarkan rancangan butir-butir yang akan disusun untuk sesuatu instrumen.⁶⁶

2. Pengujian Instrumen

- a. Validitas

Semua penelitian yang valid memiliki alat ukur yang valid, sehingga perlu diuji kevaliditasannya. “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.⁶⁷

Penulis menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* untuk menguji validitas.

⁶⁵ *Ibid*, h.205

⁶⁶ *Ibid*, h. 206

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, h.173.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisiensi korelasi antara variabel x dan variabel

Y yang dikorelasikan ($x = X - \bar{X}$ dan $Y - \bar{Y}$)

$\sum xy$ = Jumlah perkalian x dengan y

x^2 = Jumlah kuadrat x

y^2 = Jumlah kuadrat y

Setelah harga r_{xy} diketahui maka langkah selanjutnya adalah mengkonsultasikan dengan harga r pada tabel dengan mencari derajat kebesarannya terlebih dahulu, yaitu dengan rumus :

Df(*degree of freedom*) = N - nr. N adalah jumlah total pengamatan (data sampel), nr adalah jumlah parameter yang diestimasi (variabel).

Dari hasil tersebut selanjutnya di konsultasikan dengan taraf signifikansi 5% dan 1 % yang dapat dilihat pada r tabel *product Moment* . sehingga dapat diketahui valid atau tidaknya instrumen tersebut. Apabila dari pengujian ini diketahui bahwa instrumen valid maka instrumen ini layak digunakan untuk mengumpulkan data.

b. Reliabilitas

Selain diuji validitasnya, instrumen juga harus diuji reliabilitasnya. “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.⁶⁸ Rentabilitas dalam penelitian ini berarti alat ukur (angket) yang digunakan untuk memperoleh data mempunyai rentabilitas (ketepatan, keajekan atau tidak mengalami perubahan jawaban apabila diuji kepada responden secara terus menerus).

Penguji rentabilitas instrumen menggunakan rumus *Spearman-Brown*, sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{2(r^{1/2 \cdot 1/2})}{(1+r^{1/2 \cdot 1/2})}$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

$r^{1/2 \cdot 1/2}$ = r_{xy} yang disebutkan sebagai indeks korelasi antara dua belahan instrumen.⁶⁹

Berdasarkan hasil reliabilitas yang diperoleh dari rumus *spearman-brown* diatas, selanjutnya angka reliabilitas tersebut dikonsultasikan pada *r Product Moment* dengan mencari derajat keabsahannya terlebih dahulu, yaitu $df = N-nr$. Dengan taraf signifikansi 5% dan 1%. Apabila r_{11} lebih besar dari r_{tabel} maka

⁶⁸ *Ibid.*,

⁶⁹ *Ibid.*, h.223-224

instrumen ini dapat dikatakan valid, sehingga soal yang diuji validitasnya layak dipakai.

F. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. Misalnya akan menguji hipotesis hubungan antara dua variabel, bila datanya ordinal maka statistik yang digunakan adalah Korelasi Spearman Rank, sedangkan bila datanya interval atau ratio maka digunakan Korelasi Person Product Moment. Bila akan menguji signifikansi komparasi data dua sampel, datanya interval atau ratio digunakan t-test dua sampel, bila datanya nominal digunakan Chi Kuadrat.⁷⁰

Berdasarkan teori di atas, teknik analisis data dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Chi Kuadrat.

$$x^2 = \sum \frac{(f_o - F_h)^2}{f_h}$$

Keterangan :

X^2 : Chi Kuadrat

F_o : frekuensi yang diperoleh

F_h : frekuensi yang diharapkan

Dimana,

$$F_h = \frac{(\text{jumlah kategori})(\text{jumlah golongan})}{\text{total}}$$

⁷⁰ *Ibid.*, h. 333

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ha : Ada Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi IAIN Metro.

Ho : Tidak Ada Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi IAIN Metro.

Setelah dihitung dan dibandingkan dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima jika χ_h^2 lebih besar dari pada χ_t^2 dengan demikian hipotesis nihil (Ho) ditolak. Dengan membandingkan hasil dari perhitungan dengan hasil yang diperoleh dalam tabel dapat ditarik kesimpulan H_0 diterima atau di tolak.

Analisis koefisien kontingensi digunakan untuk mengukur kekuatan pengaruh antara Pemahaman pola konsumsi Islami terhadap perilaku konsumsi mahasiswi IAIN Metro. Nilai koefisien kontingensi berkisar antara 0 sampai 1. Dengan menggunakan koefisien kontingensi (KK) dengan rumus sebagai berikut:

$$C \text{ atau } K = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}}$$

Keterangan:

C = Koefisien Kontigensi

χ^2 = harga Chi Kuadrat yang diperoleh

N = Banyak subyek

Besar nilai koefisien kontingensi yang telah diperoleh dari hasil perhitungan. Untuk menguji signifikan koefisien C dapat dilakukan dengan membandingkan kriteria harga korelasi:

Tabel III.1
Konsultasi Product Moment

<i>Besarnya "r" Product Moment (r_{xy})</i>	<i>Interpretasi:</i>
0,00-0,20	Antara variabel X dan Variabel Y memang terdapat korelasi, akan tetapi korelasi itu sangat lemah atau sangat rendah sehingga korelasi itu diabaikan (dianggap tidak ada korelasi antara variabel X dan Variabel Y).
0,20-0,40	Antara Variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang lemah atau rendah.
0,40-0,70	Antara variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang sedang atau cukup.
0,70-0,90	Antara Variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang kuat dan tinggi
0,90-1,00	Antara variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang sangat kuat atau sangat tinggi. ⁷¹

⁷¹Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2017), h.193.

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum IAIN Metro

1. Sejarah Singkat Berdirinya IAIN Metro

Cikal bakal berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro tidak terlepas dari sejarah berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Radin Intan Bandar Lampung. Bermula dari usaha tokoh masyarakat dan tokoh agama yang tergabung dalam Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) berdiri tahun 1961 di Tanjung Karang, diketuai oleh Raden Muhammad Sayid. Musyawarah tersebut telah mengambil keputusan antara lain mendirikan 2 (dua) Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah yang berkedudukan di Tanjung Karang dibawah satuan dan asuhan YKIL.

Setelah melalui perjuangan yang gigih dari YKIL maka pada tanggal 13 Oktober 1964 keluarlah Surat Keputusan Menteri Agama RI No. 86/1964 yang isinya merubah status Fakultas Tarbiyah YKIL tersebut menjadi negeri, namun tidak berdiri sendiri melainkan sebagai cabang Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Pada tahun 1967 atas permintaan masyarakat Metro Lampung Tengah kepada YKIL agar dibuka Fakultas di Metro, maka dibukalah Fakultas Syariah dan Fakultas Tarbiyah. Selanjutnya dengan persetujuan Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang di Tanjung Karang. Fakultas Tarbiyah yang baru

di Metro itu dijadikan kelas jauh Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang di Tanjung Karang.⁷²

Pada tahun 1996 terjadi perubahan terkait kebijakan penataan kelembagaan di tingkat Perguruan Tinggi Agama melalui Surat Edaran Dirjen Bimas Islam Nomor: E.III.0T.00/AZ/1804/1996, tanggal 23 Agustus 1996 tentang Penataan Kelembagaan Fakultas-Fakultas IAIN di luar induk menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). Kebijakan ini dimaksudkan sebagai upaya revitalisasi kelembagaan pendidikan tinggi di lingkungan Departemen Agama Republik Indonesia (Kementerian Agama) agar terbentuk otonomi akademik yang lebih mandiri.⁷³

Tindak lanjut dari Surat Edaran Dirjen Bimas Islam tersebut pada tanggal 23-25 April 1997 di Jakarta, diadakan Rapat Kerja para Rektor dan Dekan Fakultas di luar induk. Dalam Rapat Kerja tersebut diserahkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor: 11 Tahun 1997 tertanggal 21 Maret 1997 tentang Perubahan dan Pengesahan Fakultas di luar induk menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). Berdasarkan Keputusan inilah maka di Indonesia berdiri Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) sebanyak 33 yang salah satunya adalah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro.

Tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN menjadi IAIN. Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1

⁷² Dokumen, IAIN Metro

⁷³ *Ibid.*,

Agustus 2016, Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Terkait dengan perubahan itu, maka semua kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban dari masing-masing STAIN dialihkan menjadi kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban IAIN masing-masing. Demikian pula, semua mahasiswa STAIN perguruan tinggi tersebut menjadi mahasiswa IAIN.

Perubahan status menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang akan lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik.

2. Visi dan Misi IAIN Metro

a. Visi IAIN Metro

Menjadi Perguruan Tinggi Agama Islam yang Inovatif dalam sinergi *socio-ecotechno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai ke-Islaman dan ke-Indonesiaan.

b. Misi IAIN Metro

1. Mengimplementasikan nilai-nilai keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
2. Membangun budaya akademik yang produktif dan inovatif dalam pengelolaan sumberdaya melalui kajian keilmuan, model pembelajaran, dan penelitian.

3. Menumbuhkan *socio-ecotechno-preneurship* sivitas akademika dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
 4. Melaksanakan sistem tatakelola manajemen kelembagaan yang profesional dan berkeadaban yang berbasis teknologi informasi.⁷⁴
3. Gambaran Umum Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro

Legalitas Program Studi Ekonomi Syariah (Esy) dibuktikan dengan adanya Surat Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam Nomor: DJ.I/385/2008 Tentang Perpanjangan Izin Penyelenggaraan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam dan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasioanal Perguruan Tinggi Nomor: 001/BAN-PT/Ak-XII/SI/III/2009 Tentang Status, Peringkat, dan Hasil Akreditasi Program Sarjana di Perguruan Tinggi dengan nilai 332 (B). Program Studi Ekonomi Islam (Esy) IAIN Metro yang berkedudukan di JL. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro 34111 Lampung Indonesia Telp. (0725) 41507. Fax (0725) 47296. Website: www.iain.metrouniv.ac.id, E-mail: iain@metrouniv.ac.id.⁷⁵

Visi dan Misi Program Studi Ekonomi Syariah (Esy) mengacu pada visi dan misi IAIN Metro. Visi Program Studi Ekonomi Syariah (Esy) merupakan hasil analisis kritis dan kuat atas peluang dan tantangan, begitu juga kekuatan dan kelemahan yang dimiliki IAIN Metro dalam merespon berbagai perubahan ke arah globalisasi yang terjadi di dalam masyarakat Lampung khususnya Kota Metro.

⁷⁴ *Ibid.*,

⁷⁵ Dokumen, IAIN Metro

Sejak pembukaan Program Studi Ekonomi Syariah (Esy) telah melakukan beberapa kali penyusunan Visi dan Misi dengan melakukan revisi pada bagian-bagian tertentu yang dipandang perlu upaya penyesuaian dengan perkembangan regulasi ekonomi dan perbankan syariah di Indonesia dan pola dinamisasi pertumbuhan dan geliat ekonomi di Indonesia, khususnya di masyarakat Lampung.

Disamping alasan di atas, peninjauan dan revisi terhadap Visi dan Misi Program Studi Ekonomi Syariah (Esy) ini juga dilakukan atas masukan dan saran dan civitas akademika dan forum alumni serta praktisi yang terlibat dalam kegiatan akademik di dalam kampus maupun di luar kampus. Karena pertimbangan ini, maka revisi dan peninjauan Visi dan Misi Program Studi Ekonomi Syariah (Esy) selalu melibatkan pihak-pihak terkait dan yang berkepentingan selain civitas akademika seperti yang disebutkan di atas.

a. Visi Program Studi Ekonomi Syariah (Esy) IAIN Metro

Menjadi pusat kajian, penelitian dan pelatihan di bidang ilmu-ilmu Ekonomi Islam di regional SUMBAGSEL tahun 2020.⁷⁶

b. Misi Program Studi Ekonomi Syariah (Esy) IAIN Metro

- 1) Menyelenggarakan pendidikan tinggi yang berorientasi pada profesionalisme kerja dan pengembangan akademis.
- 2) Menyiapkan praktisi profesional muslim di bidang Ekonomi Syariah.

⁷⁶ *Ibid.*,

- 3) Menjadi sentra laboratorium penelitian keilmuan Ekonomi Syariah.

Program Studi S1 Ekonomi Syariah (Esy) IAIN Metro memiliki Misi terdepan dalam melahirkan Sarjana Ekonomi Islam yang profesional dan Islami. Adapun kompetensi lulusan Program Studi S1 Ekonomi Syariah (Esy) IAIN Metro adalah sebagai berikut:

- 1) Tenaga Profesional Lembaga Perbankan Syariah, Bank Umum Syariah BPRS.
- 2) Tenaga Profesional Lembaga-Lembaga Keuangan Syariah non Bank seperti, Pegadaian (Rahn), Asuransi Syariah dan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT).
- 3) Tenaga Profesional Pengelola Zakat (Amil Zakat).
- 4) Tenaga Profesional Pengelolaan Wakaf (Nadzir).
- 5) Tenaga Administrasi pada Kantor Kementerian Agama.
- 6) Menjadi Wirausahawan yang handal berbasis Syariah.⁷⁷

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh pemahaman pola konsumsi Islami terhadap perilaku konsumsi mahasiswi IAIN Metro, studi kasus pada jurusan Ekonomi Syariah. Maka peneliti menyebarkan angket yang diberikan kepada responden dengan jumlah 285 dan diambil sampel secara teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* dalam menentukan sampel. Yakni sampel diambil secara acak berdasarkan proporsi dengan strata yang ada. Adapun teknik *random*-nya

⁷⁷ *Ibid.*,

menggunakan nomor urut ganjil dengan interval 11 sehingga ketemu sampel yang dibutuhkan sebanyak 29 orang .

Berdasarkan hasil angket yang telah disebarakan kepada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro , maka diperoleh data pemahaman terhadap pola konsumsi Islami sebagai berikut:

Tabel IV.1

Data Hasil Angket tentang Pemahaman Pola Konsumsi Islami

Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro

NO	INISIAL SAMPEL	SKPR ITEM SOAL										JML
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	AH	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	32
2	DNM	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	35
3	FA	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
4	LR	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	34
5	OA	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	36
6	RR	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
7	ARN	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	31
8	DRR	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	27
9	IP	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
10	NSP	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
11	SN	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
12	ATW	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
13	LR	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	34
14	RPS	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
15	ACU	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	30
16	AA	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	31
17	DG	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
18	E	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35
19	FF	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
20	IC	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32

21	LM	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	30
22	NK	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	35
23	PM	3	4	4	4	4	3	4	3	2	2	34
24	RD	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
25	RP	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
26	UI	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	33
27	SL	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	33
28	SA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
29	YA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

Sumber: Hasil penyebaran angket pada tanggal 13-18 November 2017, skor

tertinggi 38 terendah 27, N=29.

Hasil penyebaran angket kepada 29 responden didapatkan nilai tertinggi 38, nilai terendah 27 untuk mengetahui interval kelasnya dipergunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah} + 1}{\text{Jumlah kategori}}$$

Selanjutnya peneliti mengklasifikasikan pemahaman mahasiswa tentang pola konsumsi Islami dengan 4 kategori yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan rumus sebelumnya maka diperoleh interval kelas yaitu :

$$\text{Interval} = \frac{38-27+1}{4} = \frac{12}{4} = 3$$

Jumlah interval untuk variabel bebas penelitian ini (pemahaman pola konsumsi Islami) adalah 3 (tiga) setelah diketahui nilai intervalnya maka data dari interval di atas dimasukkan dalam tabel distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel IV.2

**Distribusi Frekuensi Hasil Angket Tentang Pemahaman Pola Konsumsi
Islami Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro**

No	Interval Kelas	Kategori	Frekuensi	Prosentase
1	27-29	SS	3	10,34%
2	30-32	S	16	55,17%
3	33-35	TS	8	27,58%
4	36-38	STS	2	6,89%
Jumlah			29	100%

Angket pernyataan tentang pemahaman yang peneliti gunakan, maka berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas dapat diketahui bahwa dari 29 mahasiswi yang menjadi sampel penelitian antara 27-29 sebanyak 3 mahasiswi yang mempunyai jawaban sangat setuju (10,34%), antara 30-32 sebanyak 16 mahasiswi mempunyai jawaban setuju (55,17%), antara 33-35 sebanyak 8 mahasiswi mempunyai jawaban tidak setuju (27,58%) dan antara 36-38 sebanyak 2 mahasiswi yang mempunyai jawaban sangat tidak setuju (6,89%).

Dari data di atas mayoritas mahasiswi memiliki pemahaman yang baik. Dengan bukti hasil angket menyatakan bahwa mereka mengetahui dengan baik tentang apa itu perilaku konsumsi, bagaimana perilaku konsumsi yang sesuai dengan al-quran, mengetahui tujuan konsumsi dan prinsipnya di dalam Islam. Pemahaman mereka tergolong baik, hal tersebut

karena di pengaruhi oleh faktor usia, intelegensia, pendidikan, sosial budaya, ekonomi dan lingkungan sehingga mereka memiliki pemahaman yang baik tentang pola konsumsi Islam. Hal itu terbukti dengan hasil angket yaitu dari 100% responden sebanyak 65,61% responden menjawab setuju dari pernyataan positif dalam angket yang disebarakan. Jadi dapat disimpulkan bahawa mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro memiliki pemahaman yang baik tentang pola konsumsi Islam.

Tabel IV.3

Data Hasil Angket tentang Perilaku Konsumsi

NO	SAMPEL	SKOR ITEM SOAL										JML
		11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	AH	2	3	3	3	2	3	3	4	3	2	28
2	DNM	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	25
3	FA	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	30
4	LR	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	35
5	OA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	RR	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
7	ARN	2	3	3	4	2	4	3	3	3	2	25
8	DRR	2	3	3	3	2	4	3	3	3	2	28
9	IP	2	2	3	4	3	4	3	3	3	3	30
10	NSP	2	3	3	3	2	3	4	3	3	2	28
11	SN	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	36
12	ATW	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	27
13	LR	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	29
14	RPS	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	33
15	ACU	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	32
16	AA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
17	DG	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	30
18	E	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
19	FF	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	30

20	IC	2	3	4	3	2	3	4	3	3	2	29
21	LM	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
22	NK	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	30
23	PM	2	3	3	3	2	4	3	4	3	2	29
24	RD	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	32
25	RP	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
26	UI	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	28
27	SL	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	33
28	SA	2	3	3	3	2	3	3	4	3	2	28
29	YA	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	25

Sumber: Hasil penyebaran angket pada tanggal 13-18 November 2017, skor

tertinggi 36 terendah 25, N=29.

Berdasarkan hasil angket tersebut didapatkan nilai tertinggi 36 , nilai terendah 25 untuk mengetahui interval kelasnya dipergunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi}-\text{nilai terendah}+1}{\text{Jumlah kategori}}$$

Selanjutnya peneliti mengklasifikasikan perilaku mahasiswi dengan 4 kategori yaitu sangat setuju, setuju , tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dengan rumus sebelumnya maka diperoleh interval kelas yaitu :

$$\text{Interval} = \frac{36-25+1}{4} = \frac{12}{4} = 3$$

Jumlah interval untuk variabel terikat penelitian ini (perilaku konsumsi mahasiswi) adalah 3 (tiga) setelah diketahui nilai intervalnya maka data dari interval di atas dimasukan dalam tabel distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel IV.4

**Distribusi Frekuensi Hasil Angket Tentang Perilaku Konsumsi Islami
Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro**

No	Interval Kelas	Kategori	Frekuensi	Prosentase
1	25-27	SS	4	13,79%
2	28-30	S	16	55,17%
3	31-33	TS	7	24,13%
4	34-36	STS	2	6,89%
Jumlah			29	100%

Dari angket pernyataan negatif tentang perilaku mahasiswi yang peneliti gunakan, maka Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas dapat diketahui bahwa 29 mahasiswi yang menjadi sampel penelitian antara 25-27 sebanyak 4 mahasiswi yang mempunyai jawaban sangat setuju (13,79%), antara 28-30 sebanyak 16 mahasiswi mempunyai jawaban setuju (55,17%), sebanyak 7 mahasiswi mempunyai jawaban tidak setuju (24,13%) dan antara 34-36 sebanyak 2 mahasiswi yang mempunyai jawaban sangat tidak setuju (6,89%).

Dari data tersebut maka dapat diketahui bahwa hasil dari angket perilaku konsumsi Mahasiswi Ekonomi Syariah memiliki perilaku konsumsi yang tergolong tidak rasional, hal tersebut dapat dilihat dari tabel hasil angket di atas, yaitu sebanyak 68,96% mahasiswi menjawab setuju dari pertanyaan negatif yang disajikan peneliti di dalam angket. Mahasiswi masih tergoda dengan barang diskon, dan membeli barang diluar kebutuhan

pokoknya sehingga terkadang mengorbankan dana dari kebutuhan pokoknya untuk memenuhi kebutuhan pelengkap. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dari beberapa mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro, masih banyak mahasiswi yang tergoda dengan barang-barang yang tidak terlalu penting, mereka tidak memprioritaskan kebutuhan asal mereka suka dengan barang tersebut khususnya dalam hal *fashion*, maka akan membeli barang tersebut, mereka cepat tertarik dengan iklan, promosi, dan diskon, akhirnya mereka memutuskan untuk membelinya tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang tersebut. Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro memiliki perilaku konsumsi yang tidak rasional jauh dari prinsip konsumsi Islam.

C. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini telah terkumpul maka selanjutnya akan diadakan analisis terhadap data-data tersebut. Langkah yang dilakukan peneliti berikutnya adalah menyusun dan membuat tabel yang berisikan tentang Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel.

Tabel IV.5

**Distribusi Frekuensi Hasil Angket Tentang Pengaruh Pemahaman Pola
Konsumsi Islami Terhadap Pola Konsumsi Islam Mahasiswi Ekonomi
Syariah IAIN Metro**

Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Perilaku Konsumsi Mahasiswi	SS	S	TS	STS	JML
Pemahaman Pola Konsumsi	3	16	8	2	29 _{rN}
Perilaku Konsumsi Mahasiswi	4	16	7	2	29 _{rN}
JML	7 _{cN}	32 _{cN}	15 _{cN}	4 _{cN}	58 _N

Menurut frekuensi yang diperoleh (f_o) dari tabel di atas , hasil perkalian antara c_N dengan r_N , kemudian dibagi dengan N; atau $(f_h) = \frac{cN \times rN}{N}$ sehingga diperoleh nilai yang diharapkan (f_h) dari sampel sebagai berikut:

Tabel IV.6

**Frekuensi yang diharapkan muncul mengenai
Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Pola
Konsumsi Islam Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro**

Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Perilaku Konsumsi Mahasiswi	SS	S	TS	STS	JML
Pemahaman Pola Konsumsi	3,5	16	7,5	2	29
Perilaku Konsumsi Mahasiswi	3,5	16	7,5	2	29
JML	7	32	15	4	58

Tabel IV.7

**Perbedaan Antara Frekuensi yang Diobservasi (f_o) dan frekuensi yang
Diharapkan (f_h)**

Frekuensi yang diobservasi (f_o)	Frekuensi yang diharapkan (f_h)	Beda / selisih antara (f_o) dan (f_h) atau : (f_o)- (f_h)
3	3,5	-0,5
16	16	0
8	7,5	0,5
2	2	0
4	3,5	0,5
16	16	0
7	7,5	-0,5
2	2	0
N= 58	N= 58	0

Tabel IV.8

Tabel Kerja Penghitung Chi Kuadrat (χ^2) Tentang Tentang Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Pola Konsumsi Islam Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro

NO	f_o	f_h	(f_o-f_h)	$(f_o-f_h)^2$	$\frac{(f_o-f_h)^2}{f_h}$
1	3	3,5	-0,5	0,25	0,071
2	16	16	0	0	0
3	8	7,5	0,5	0,25	0,033
4	2	2	0	0	0
5	4	3,5	0,5	0,25	0,071
6	16	16	0	0	0
7	7	7,5	-0,5	0,25	0,033
8	2	2	0	0	0
Jml	58	58	0	$\frac{(f_o-f_h)^2}{f_h}$	= 0,208 = χ^2

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa harga Chi Kuadrat (χ^2_h) adalah 0,208. Selanjutnya interpretasi terhadap Chi Kuadrat (χ^2_h) tersebut dengan terlebih dahulu memperhitungkan df atau $db = (c-1)(r-1) = (4-1)(4-1) = 9$ Dengan memperhitungkan df sebesar 9, diperoleh harga Chi Kuadrat tabel sebagai berikut: Pada taraf signifikan 5% = 16,919 dan pada taraf signifikan 1% = 21,666

Ternyata Chi Kuadrat hitung (χ^2_h) lebih kecil dari pada Chi Kuadrat tabel (χ^2_{tabel}), baik pada taraf signifikan 5% maupun pada taraf signifikan 1% yaitu $16,919 > 0,208 < 21,666$. Hal ini berarti hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan

hipotesis nol (H_0) diterima. Dengan demikian Tidak Ada Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman pola konsumsi Islam tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswi jurusan ekonomi Syariah di IAIN Metro. Hal ini disebabkan karena meskipun mahasiswi mengerti dan dapat menjelaskan tentang pola konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam tetapi mereka belum mampu untuk mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Sebenarnya mereka tahu bagaimana sebaiknya berperilaku sesuai dengan prinsip Islam misalnya, memilih barang berdasarkan kebutuhan, memilih barang yang memiliki kegunaan optimal, membeli barang sesuai dengan kemampuan, tidak berlebihan dalam mengonsumsi dan lain sebagainya. Tetapi realitanya mereka masih belum bisa mengendalikan hawa nafsu. Mereka masih sangat cepat tertarik dengan adanya iklan, promosi, dan diskon yang ditawarkan sehingga mereka membeli suatu barang khususnya dalam hal *fashion* tanpa memperhitungkan manfaatnya. Bahkan mereka rela mengorbankan kebutuhan pokoknya selaku mahasiswi untuk memuaskan kebutuhan pelengkapannya.

Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan di atas untuk mengetahui seberapa besar keterkaitan antara Variabel X dengan Variabel Y yaitu antara pemahaman pola konsumsi Islami dengan perilaku konsumsi mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro dapat digunakan koefisien kontingensi (KK) atau rumus C

dengan rumus sebagai berikut: C atau K = $\sqrt{\frac{x^2}{x^2 + N}}$

$$= \sqrt{\frac{0,208}{0,208 + 58}}$$

$$= \sqrt{\frac{0,208}{58,208}}$$

$$= \sqrt{0,003}$$

$$= 0,054$$

Setelah hasilnya diketahui, maka selanjutnya akan dikonsultasikan dengan koefisien korelasi. Berdasarkan hasil konsultasi tersebut, maka akan diketahui tingkat keeratan antara variabel bebas (Pemahaman pola konsumsi Islami) dengan variabel terikat (Perilaku Konsumsi Mahasiswi) Ekonomi syariah di IAIN Metro. Setelah diadakan perhitungan koefisien kontingensi diperoleh 0,054. Hasil tersebut jika dikonsultasikan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel IV.9

Nilai Tabel Product Moment

<i>Besarnya "r" Product Moment (r_{xy})</i>	<i>Interpretasi:</i>
0,00-0,20	Antara variabel X dan Variabel Y memang terdapat korelasi, akan tetapi korelasi itu sangat lemah atau sangat rendah sehingga korelasi itu diabaikan (dianggap tidak ada korelasi antara variabel X dan Variabel Y).
0,20-0,40	Antara Variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang lemah atau rendah.
0,40-0,70	Antara variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang sedang atau cukup.

0,70-0,90	Antara Variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang kuat dan tinggi
0,90-1,00	Antara variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang sangat kuat atau sangat tinggi. ⁷⁸

Sehingga diketahui pengaruh pemahaman pola konsumsi Islami terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah di IAIN Metro berada pada kategori sangat lemah atau sangat rendah sehingga korelasi itu diabaikan (dianggap tidak ada korelasi antara variabel X dan Variabel Y).

D. Pembahasan

1. Hubungan Pemahaman Terhadap Perilaku Konsumsi Islam

Sikap yang dilakukan oleh setiap individu sangatlah berpengaruh terhadap perilakunya. Pengaruh tersebut terletak pada individu itu sendiri terhadap respon yang ditangkap, kecenderungan individu untuk melakukan tindakan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang memiliki hubungan erat dengan perilaku adalah pemahaman. Pemahaman seseorang memiliki kaitan yang sangat erat dengan perilaku seseorang. Perilaku adalah keadaan jiwa untuk berpendapat, berpikir, dan bersikap, yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek baik fisik maupun non fisik. Perilaku seseorang akan baik apabila ia telah paham dengan sesuatu tersebut, misalnya apabila seseorang telah memahami dengan dalam tentang pola konsumsi Islam maka perilaku konsumsinya akan baik.

⁷⁸Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2017),h.193

Kecenderungan individu dalam memahami sesuatu dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman adalah usia, semakin dewasa seseorang maka pemahaman dan pola berpikirnya akan semakin baik. Yang kedua adalah pengalaman, pengalaman terdahulu sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mempresepsi dunianya. Yang ke tiga adalah intelegensia, merupakan kemampuan yang dibawa sejak lahir yang memungkinkan seseorang berbuat sesuatu dengan cara tertentu. Yang selanjutnya adalah jenis kelamin, pemahaman laki-laki itu sangat berbeda dengan pemahaman perempuan. Kemudian pendidikan merupakan suatu proses pembelajaran untuk mengembangkan atau meningkatkan kemampuan tertentu, yang selanjutnya adalah sosial budaya, lingkungan, dan informasi.

Agama sebagai unsur terpenting dalam kepribadian manusia dapat memberi peranan positif dalam perjalanan kehidupan manusia, selain kebenarannya juga dapat diyakini secara mutlak. Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Adapun prinsip-prinsip dalam konsumsi Islam antara lain adalah keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurah hatian, dan moralitas.

Pemahaman pola konsumsi Islam merupakan tingkat kemampuan seseorang dalam menerjemahkan, menafsirkan, dan mengekstrapolasi

dengan baik apa itu pola konsumsi Islam, yang didapat dari proses pembelajaran. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka pola berpikir dan pemahamannya juga akan semakin baik. Misalnya lulusan perguruan tinggi maka pemahamannya akan lebih tinggi dibandingkan dengan lulusan, SMA, SMP, bahkan SD, begitu juga perilakunya tentu akan berbeda pula. Karena pendidikan berperan sebagai pengendali tingkah laku atau perbuatan yang terlahir dari sebuah keinginan yang berdarah emosi.

Maka terbukti bahwa pemahaman itu memiliki kaitan yang sangat erat dengan perilaku, semakin dalam pemahaman seseorang maka seharusnya perilakunya akan semakin baik begitu juga apabila pemahaman seseorang tersebut kurang maka perilakunya tidak akan baik.

2. Analisa Hasil Angket

Hasil dari angket perilaku konsumsi Mahasiswi Ekonomi Syariah memiliki perilaku konsumsi yang tergolong tidak rasional, hal tersebut dapat dilihat dari tabel hasil angket di atas, yaitu sebanyak 68,96% mahasiswi menjawab setuju dari pertanyaan negatif yang disajikan peneliti di dalam angket. Mahasiswi masih tergoda dengan barang diskon, dan membeli barang diluar kebutuhan pokoknya sehingga terkadang mengorbankan dana dari kebutuhan pokoknya untuk memenuhi kebutuhan pelengkapannya. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dari beberapa mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro, masih banyak mahasiswi yang tergoda dengan barang-barang yang tidak terlalu penting,

mereka tidak memperdulikan kebutuhan asal mereka suka dengan barang tersebut khususnya dalam hal *fashion*, maka akan membeli barang tersebut, mereka cepat tertarik dengan iklan, promosi, dan diskon, akhirnya mereka memutuskan untuk membelinya tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang tersebut. Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro memiliki perilaku konsumsi yang tidak rasional jauh dari prinsip konsumsi Islam.

hasil dari angket perilaku konsumsi Mahasiswi Ekonomi Syariah memiliki perilaku konsumsi yang tergolong tidak rasional, hal tersebut dapat dilihat dari tabel hasil angket di atas, yaitu sebanyak 68,96% mahasiswi menjawab setuju dari pertanyaan negatif yang disajikan peneliti di dalam angket. Mahasiswi masih tergoda dengan barang diskon, dan membeli barang diluar kebutuhan pokoknya sehingga terkadang mengorbankan dana dari kebutuhan pokoknya untuk memenuhi kebutuhan pelengkapannya. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dari beberapa mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro, masih banyak mahasiswi yang tergoda dengan barang-barang yang tidak terlalu penting, mereka tidak memperdulikan kebutuhan asal mereka suka dengan barang tersebut khususnya dalam hal *fashion*, maka akan membeli barang tersebut, mereka cepat tertarik dengan iklan, promosi, dan diskon, akhirnya mereka memutuskan untuk membelinya tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang tersebut. Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa

mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro memiliki perilaku konsumsi yang tidak rasional jauh dari prinsip konsumsi Islam.

Pengujian hipotesis menghasilkan Chi Kuadrat hitung (χ^2_h) lebih kecil dari pada Chi Kuadrat tabel (χ^2_{tabel}), baik pada taraf signifikan 5% maupun pada taraf signifikan 1% yaitu $16,919 > 0,208 < 21,666$. Hal ini berarti hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H_o) diterima. Dengan demikian Tidak Ada Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro.

Hasil uji statistik menyatakan bahwa tidak ada pengaruh pemahaman mahasiswi terhadap pola perilaku konsumsinya, hal ini sesuai dengan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, mayoritas mahasiswi membeli barang tidak tepat guna, mereka lebih memngutamakan kebutuhan pelengkap khususnya dalam hal *fashion* dibandingkan mendahulukan kebutuhan pokoknya. Tidak sedikit mahasiswi yang hampir setiap minggu berganti tas, baju, sepatu, dan lain-lain. Mahasiswi sering membeli barang yang tidak tepat guana, maksudnya lebih mengutamakan kebutuhan pelengkap dibandingkan kebutuhan pokok selaku mahasiswi, misalnya lebih mementingkan membeli tas, baju, sepatu dan aksesoris lainnya dibandingkan membeli buku kuliah dan peralatan kuliah lainnya. Hal ini termasuk berlebihan di dalam prinsip Islam sehingga mahasiswi dapat dikategorikan irasional dalam berperilaku konsumsi.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diupayakan agar sesuai dengan prosedur dan menghasilkan hasil yang akurat, namun dapat diuraikan bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan. Maka dalam penelitian juga terdapat beberapa keterbatasan dan kelemahan dalam penelitian diantaranya adalah sebagai berikut:

Banyak faktor yang faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswi ekonomi Syariah IAIN Metro, namun dalam penelitian ini hanya meneliti pada faktor pemahaman terhadap pola konsumsi Islami.

Kurang seriusnya dalam mengikuti pembelajaran tentang konsumsi Islami, masih banyak mahasiswi yang karakternya masih kurang baik dan masih banyak juga mahasiswi yang belum banyak memahami pola konsumsi Islami yang mendalam sehingga masih perlu pemahaman yang lebih dalam tentang pola konsumsi secara Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis didapat nilai Chi Kuadrat (χ^2) hitung lebih kecil dari pada Chi Kuadrat (χ^2) tabel, baik dalam taraf signifikan 1% maupun pada taraf signifikan 5% yaitu $16,919 > 0,208 < 21,666$ dengan demikian Tidak Ada Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi Ekonomi Syariah di IAIN Metro.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien kontingensi (KK) diperoleh 0,054. Hasil tersebut jika dikonsultasikan dengan tabel Chi Kuadrat, menunjukkan bahwa Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro memiliki tingkat signifikansi rendah. Sehingga diketahui pengaruh pemahaman pola konsumsi Islami terhadap perilaku konsumsi mahasiswi Ekonomi Syariah di IAIN Metro berada pada kategori sangat lemah atau sangat rendah sehingga korelasi itu diabaikan (dianggap tidak ada korelasi antara variabel X dan Variabel Y).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dikemukakan saran untuk mahasiswi agar lebih pandai menyesuaikan antara pemahaman dan perilakunya dalam kehidupan terutama didalam berkonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Abu Ahmadi. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Adang Hambali. *Psikologi Kepribadian*. Bandung: Pusaka Setia, 2013.
- Amanatus Sa'idah Firdaus. *Perilaku Konsumsi Mahasiswa STAIN Jurai Siwo Metro*. Skripsi S1 Progam Studi Ekonomi Syariah STAIN Metro, Perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro, 4 April 2014.
- Anwar Prabu Mangkunegara. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama, 2012.
- Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Dwi Suwikyono. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Edi Kusnadi. *Metodologi Penelitian Aplikasi Praktis: Aplikasi Praktis*. Jakarta Timur: Ramayana Pers, 2008.
- Eko Suprayitno. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Eko Suprayitno. Haris Hardiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Droup: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Eko Supriyatno. *Ekonomi Mikro Prespektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press, 2008.
- Haris Hardiansyah. *Wawancara, Observasi, dan Fokus Droup: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Kasmadi, et.al. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Lisa oktaviya. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Chita Shop Kotagajah Ditinjau Dari Ekonomi Islam*. Skripsi S1 Progam Studi Ekonomi Syariah STAIN Metro. Perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro, 4 April 2014

- M. Nur Rianto Al Arif. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia,2015.
- Nana Syaodih Sukmadinata. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Mulyadi Nitisusastro. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta,2013.
- Nanang Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012.
- Nana Syaodih Sukmadinata. *Metodi Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Pandji Anoraga. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya,2009.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Jilid*.Penerbit Erlangga,1990.
- Purwa Atmaja Prawira. *Psikologi pendidikan*. Yogyakarta:Ar-Ruzz Media, 2013.
- Safiuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta,2010.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Sukarno Wibowo. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia,2013.
- Sumadi suryabrata. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada,2008.
- Syamsu Yusuf. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2004.
- Toto Syatori Nasehudin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: CV Pustaka Setia, 2012.
- Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen,Teori dari Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor Selatan: Ghilia Indonesia,2002.

Umi Faridatul Karima. *Studi Komparatif Tentang Konsumsi Menurut Ekonomi Islam Dan Kapitalis*. Skripsi S1 Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Metro. Perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro, 4 April 2014.

Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Yogyakarta:Yudistira,2009.

W. Gulo. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grasindo, 2002.

Yayat Surya. "Hubungan Atara Sikap Minat dan Perilaku Manusia" *Jurnal Region*, (Unsimabekasi), Vol.1 No.3 Th. 2009

Zuhairi,*et.al*. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Daftar Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2015 dan 2014

Tabel

Data Mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2015

Data Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan tahun 2015 IAIN Metro		
NO	NPM	PRODY
1	1502040005	Esy
2	1502040006	Esy
3	1502040007	Esy
4	1502040008	Esy
5	1502040009	Esy
6	1502040012	Esy
7	1502040016	Esy
8	1502040017	Esy
9	1502040018	Esy
10	1502040021	Esy
11	1502040024	Esy
12	1502040025	Esy
13	1502040026	Esy
14	1502040028	Esy
15	1502040031	Esy
16	1502040032	Esy
17	1502040035	Esy
18	1502040036	Esy
19	1502040039	Esy
20	1502040040	Esy
21	1502040043	Esy
22	1502040045	Esy
23	1502040050	Esy
24	1502040051	Esy
25	1502040052	Esy
26	1502040053	Esy
27	1502040054	Esy
28	1502040056	Esy
29	1502040059	Esy
30	1502040062	Esy

31	1502040064	Esy
32	1502040065	Esy
33	1502040067	Esy
34	1502040068	Esy
35	1502040074	Esy
36	1502040075	Esy
37	1502040076	Esy
38	1502040077	Esy
39	1502040080	Esy
40	1502040081	Esy
41	1502040084	Esy
42	1502040087	Esy
43	1502040088	Esy
44	1502040089	Esy
45	1502040091	Esy
46	1502040092	Esy
47	1502040093	Esy
48	1502040096	Esy
49	1502040097	Esy
50	1502040099	Esy
51	1502040100	Esy
52	1502040102	Esy
53	1502040104	Esy
54	1502040107	Esy
55	1502040109	Esy
56	1502040110	Esy
57	1502040114	Esy
58	1502040116	Esy
59	1502040120	Esy
60	1502040125	Esy
61	1502040127	Esy
62	1502040130	Esy
63	1502040135	Esy
64	1502040136	Esy
65	1502040137	Esy
66	1502040138	Esy
67	1502040139	Esy
68	1502040140	Esy
69	1502040141	Esy
70	1502040142	Esy
71	1502040143	Esy

72	1502040145	Esy
73	1502040146	Esy
74	1502040150	Esy
75	1502040151	Esy
76	1502040152	Esy
77	1502040153	Esy
78	1502040156	Esy
79	1502040158	Esy
80	1502040159	Esy
81	1502040160	Esy
82	1502040161	Esy
83	1502040162	Esy
84	1502040163	Esy
85	1502040164	Esy
86	1502040165	Esy
87	1502040170	Esy
88	1502040172	Esy
89	1502040173	Esy
90	1502040177	Esy
91	1502040178	Esy
92	1502040179	Esy
93	1502040180	Esy
94	1502040181	Esy
95	1502040183	Esy
96	1502040185	Esy
97	1502040190	Esy
98	1502040193	Esy
99	1502040195	Esy
100	1502040196	Esy
101	1502040197	Esy
102	1502040200	Esy
103	1502040201	Esy
104	1502040204	Esy
105	1502040205	Esy
106	1502040206	Esy
107	1502040207	Esy
108	1502040208	Esy
109	1502040211	Esy
110	1502040212	Esy
111	1502040224	Esy
112	1502040225	Esy

113	1502040227	Esy
114	1502040228	Esy
115	1502040229	Esy
116	1502040233	Esy
117	1502040235	Esy
118	1502040237	Esy
119	1502040238	Esy
120	1502040240	Esy
121	1502040241	Esy
122	1502040244	Esy
123	1502040246	Esy
124	1502040247	Esy
125	1502040248	Esy
126	1502040250	Esy
127	1502040251	Esy
128	1502040252	Esy
129	1502040254	Esy
130	1502040255	Esy
131	1502040257	Esy
132	1502040259	Esy
133	1502040260	Esy
134	1502040262	Esy
135	1502040263	Esy
136	1502040266	Esy
137	1502040267	Esy
138	1502040271	Esy
139	1502040272	Esy
140	1502040277	Esy

Tabel

Data Mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2015

Data Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan tahun 2014 IAIN Metro		
NO	NPM	Jurusan
1	14117674	Esy
2	14117684	Esy
3	14117744	Esy
4	14117764	Esy
5	14117794	Esy
6	14117814	Esy
7	14117824	Esy
8	14117834	Esy
9	14117844	Esy
10	14117854	Esy
11	14117864	Esy
12	14117874	Esy
13	14117904	Esy
14	14117914	Esy
15	14117944	Esy
16	14117964	Esy
17	14117974	Esy
18	14117984	Esy
19	14117994	Esy
20	14118004	Esy
21	14118014	Esy
22	14118024	Esy
23	14118044	Esy
24	14118054	Esy
25	14118084	Esy
26	14118094	Esy
27	14118114	Esy
28	14118124	Esy
29	14118134	Esy
30	14118144	Esy
31	14118154	Esy
32	14118164	Esy

33	14118174	Esy
34	14118184	Esy
35	14118204	Esy
36	14118214	Esy
37	14118224	Esy
38	14118234	Esy
39	14118274	Esy
40	14118284	Esy
41	14118294	Esy
42	14118304	Esy
43	14118314	Esy
44	14118334	Esy
45	14118344	Esy
46	14118354	Esy
47	14118364	Esy
48	14118374	Esy
49	14118384	Esy
50	14118404	Esy
51	14118414	Esy
52	14118424	Esy
53	14118434	Esy
54	14118444	Esy
55	14118534	Esy
56	14118544	Esy
57	14118554	Esy
58	14118564	Esy
59	14118574	Esy
60	14118594	Esy
61	14118604	Esy
62	14118614	Esy
63	14118624	Esy
64	14118884	Esy
65	14118894	Esy
66	14118904	Esy
67	14118914	Esy
68	14118924	Esy
69	14118934	Esy
70	14118954	Esy
71	14118974	Esy
72	14118984	Esy
73	14118994	Esy

74	14119004	Esy
75	14119014	Esy
76	14119024	Esy
77	14119034	Esy
78	14119044	Esy
79	14119054	Esy
80	14119064	Esy
81	14119074	Esy
82	14119084	Esy
83	14119094	Esy
84	14119114	Esy
85	14119124	Esy
86	14119134	Esy
87	14119144	Esy
88	14119154	Esy
89	14119164	Esy
90	14119174	Esy
91	14119184	Esy
92	14119194	Esy
93	14119204	Esy
94	14119214	Esy
95	14119224	Esy
96	14119234	Esy
97	14119254	Esy
98	14119264	Esy
99	14119274	Esy
100	14119284	Esy
101	14119294	Esy
102	14119304	Esy
103	14119344	Esy
104	14119354	Esy
105	14119364	Esy
106	14119374	Esy
107	14119384	Esy
108	14119394	Esy
109	14119404	Esy
110	14119414	Esy
111	14119424	Esy
112	14119434	Esy
113	14119444	Esy
114	14119464	Esy

115	14119474	Esy
116	14119484	Esy
117	14119494	Esy
118	14119504	Esy
119	14119514	Esy
120	14119524	Esy
121	14119534	Esy
122	14119544	Esy
123	14119554	Esy
124	14119564	Esy
125	14119574	Esy
126	14119584	Esy
127	14119624	Esy
128	14119634	Esy
129	14119644	Esy
130	14119664	Esy
131	14119674	Esy
132	14119684	Esy
133	14119694	Esy
134	14119704	Esy
135	14119714	Esy
136	14119734	Esy
137	14119744	Esy
138	14119754	Esy
139	14119764	Esy
140	14119784	Esy
141	14119814	Esy
142	14119824	Esy
143	14119834	Esy
144	14119844	Esy
145	14127714	Esy

**Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian Tentang Pemahaman Pola Konsumsi
Islami Mahasiswa IAIN Metro**

1. Uji Validitas

Sebelum instrumen penelitian digunakan untuk menyimpulkan data yang sesungguhnya, terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen dengan melakukan uji coba pada responden di luar sampel penelitian. Uji coba instrumen dilakukan untuk mengukur sampai sejauh mana instrumen layak digunakan sehingga dapat menjadi alat ukur yang tepat dalam menyaring data yang dibutuhkan dalam menjawab masalah yang diteliti. Adapun uji coba instrumen penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

Tabel

**Tabulasi Data Jawaban Dari 29 Responden Tentang Pemahaman Pola
Konsumsi Islami Mahasiswa IAIN Metro**

NO	INISIAL SAMPEL	SKPR ITEM SOAL										JML
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	AH	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	32
2	DNM	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	35
3	FA	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
4	LR	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	34
5	OA	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	36
6	RR	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
7	ARN	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	31
8	DRR	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	27
9	IP	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
10	NSP	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
11	SN	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
12	ATW	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
13	LR	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	34

14	RPS	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
15	ACU	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	30
16	AA	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	31
17	DG	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
18	E	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35
19	FF	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
20	IC	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32
21	LM	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	30
22	NK	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	35
23	PM	3	4	4	4	4	3	4	3	2	2	34
24	RD	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
25	RP	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
26	UI	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	33
27	SL	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	33
28	SA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
29	YA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

Hasil Uji Validitas Butir Angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami

Uji validitas menggunakan rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Uji Validitas angket Nomor 1

Berdasarkan hasil tersebut selanjutnya disusun dalam tabel perhitungan antara skor item nomer 1 (diberi simbol X) dan total skor (diberi simbol Y), seperti pada tabel berikut:

Tabel

Tabel Kerja Perhitungan *Product Moment* Item 1 angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami

Responden	x	y	x ²	y ²	Xy
1	3	32	9	1024	96
2	3	35	9	1225	105
3	3	29	9	841	87
4	3	34	9	1156	102
5	4	36	16	1296	144
6	3	30	9	900	90
7	4	31	16	961	124
8	3	27	9	729	81
9	3	31	9	961	93
10	3	31	9	961	93
11	4	38	16	1444	152
12	3	30	9	900	90
13	3	34	9	1156	102
14	3	30	9	900	90
15	4	30	16	900	120
16	3	31	9	961	93

17	3	32	9	1024	96
18	3	35	9	1225	105
19	3	30	9	900	90
20	3	32	9	1024	96
21	4	30	16	900	120
22	3	35	9	1225	105
23	3	34	9	1156	102
24	4	31	16	961	124
25	3	29	9	841	87
26	3	33	9	1089	99
27	3	33	9	1089	99
28	3	30	9	900	90
29	3	30	9	900	90
Jumlah	93	923	303	29549	2965

Berdasarkan tabel di atas, selanjutnya dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus *Product Moment* sebagai berikut:

$$N = 29$$

$$\sum xy = 2956$$

$$\sum x^2 = 303$$

$$\sum y^2 = 29549$$

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{2956}{\sqrt{(303)(29549)}}$$

$$r_{xy} = \frac{2956}{\sqrt{8953347}}$$

$$r_{xy} = \frac{2956}{2992,214}$$

$$= 0,9878$$

Selanjutnya untuk besarnya harga $r_{xy} 0,9878$ dikonsultasikan dengan harga r pada tabel dengan mencari derajat kebebasannya terlebih dahulu, yaitu $df = N - nr = 29 - 2 = 27$. Pada df sebesar 27 diperoleh r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% =

0,381 sedangkan r_{tabel} pada taraf signifikansi 1% = 0,487. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa harga $r_{xy} = 0,9878$ lebih besar dari r_{tabel} 0,381 dan 0,487 sehingga dapat diketahui bahwa item soal nomor 1 valid.

Hasil perhitungan uji validitas setiap butir angket pernikahan dini dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel
Nilai r Butir Angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami

Butir Angket	Nilai r	Taraf Signifikansi	
		5% = 0,381	1% = 0,487
1	0,987	Valid	Valid
2	0,995	Valid	Valid
3	0,994	Valid	Valid
4	0,994	Valid	Valid
5	0,994	Valid	Valid
6	0,993	Valid	Valid
7	0,992	Valid	Valid
8	0,993	Valid	Valid
9	0,987	Valid	Valid
10	0,988	Valid	Valid

Data Hasil Uji Coba Angket tentang Perilaku Konsumsi pada 29 Responden

Tabel
Hasil Uji Coba Angket tentang Perilaku Konsumsi

No	Nama	Skor untuk Butir Item Nomor	Jumlah
----	------	-----------------------------	--------

		11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	AH	2	3	3	3	2	3	3	4	3	2	28
2	DNM	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	25
3	FA	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	30
4	LR	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	35
5	OA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	RR	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
7	ARN	2	3	3	4	2	4	3	3	3	2	25
8	DRR	2	3	3	3	2	4	3	3	3	2	28
9	IP	2	2	3	4	3	4	3	3	3	3	30
10	NSP	2	3	3	3	2	3	4	3	3	2	28
11	SN	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	36
12	ATW	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	27
13	LR	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	29
14	RPS	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	33
15	ACU	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	32
16	AA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
17	DG	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	30
18	E	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
19	FF	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	30
20	IC	2	3	4	3	2	3	4	3	3	2	29
21	LM	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
22	NK	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	30
23	PM	2	3	3	3	2	4	3	4	3	2	29
24	RD	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	32
25	RP	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
26	UI	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	28
27	SL	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	33
28	SA	2	3	3	3	2	3	3	4	3	2	28
29	YA	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	25

Sumber: Hasil Uji Coba Angket tentang Perilaku Konsumsi pada 29 responden.

Hasil Uji Validitas Butir Angket Perilaku Konsumen

Uji validitas menggunakan rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Uji Validitas Angket Nomor 1

Tabel
Tabel Kerja Perhitungan *Product Moment* Item 1 Angket Perilaku
Konsumen

No	Sampel Uji Coba	x	y	x^2	y^2	xy
1	AH	2	28	4	784	56
2	DNM	2	25	4	625	50
3	FA	3	30	9	900	90
4	LR	3	35	9	1225	105
5	OA	3	30	9	900	90
6	RR	3	31	9	961	93
7	ARN	2	25	4	625	50
8	DRR	2	28	4	784	56
9	IP	2	30	4	900	60
10	NSP	2	28	4	784	56
11	SN	4	36	16	1296	144
12	ATW	2	27	4	729	54
13	LR	3	29	9	841	87
14	RPS	3	33	9	1089	99
15	ACU	3	32	9	1024	96
16	AA	3	30	9	900	90
17	DG	2	30	4	900	60
18	E	3	31	9	961	93
19	FF	3	30	9	900	90
20	IC	2	29	4	841	58
21	LM	2	29	4	841	58
22	NK	3	30	9	900	90
23	PM	2	29	4	841	58
24	RD	3	32	9	1024	96
25	RP	3	31	9	961	93
26	UI	2	28	4	784	56
27	SL	3	33	9	1089	99

28	SA	2	28	4	784	56
29	YA	2	25	4	625	50
Jumlah		74	862	198	25818	2233

Berdasarkan tabel di atas, selanjutnya dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus *Product Moment* sebagai berikut:

$$N = 29$$

$$\sum xy = 2233$$

$$\sum x^2 = 198$$

$$\sum y^2 = 25818$$

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{2233}{\sqrt{(198)(25818)}}$$

$$r_{xy} = \frac{2233}{\sqrt{5111964}}$$

$$r_{xy} = \frac{2214}{2260,965}$$

$$r_{xy} = 0,979$$

Selanjutnya untuk besarnya harga $r_{xy} 0,979$ dikonsultasikan dengan harga r pada tabel dengan mencari derajat kebebasannya terlebih dahulu, yaitu $df = N - nr = 29 - 2 = 7$. Pada df sebesar 7 diperoleh r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% = 0,381 sedangkan r_{tabel} pada taraf signifikansi 1% = 0,487. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa harga $r_{xy} = 0,979$ lebih besar dari $r_{tabel} 0,381$ dan 0,487 sehingga dapat diketahui bahwa item soal nomor 1 valid.

Hasil perhitungan uji validitas setiap butir angket keharmonisan keluarga dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel
Nilai r Butir Angket Perilaku Konsumsi

Butir Angket	Nilai r	Taraf Signifikansi	
		5% = 0,381	1% = 0,487
11	0,979	Valid	Valid
12	0,994	Valid	Valid
13	0,988	Valid	Valid
14	0,986	Valid	Valid
15	0,990	Valid	Valid
16	0,990	Valid	Valid
17	0,990	Valid	Valid
18	0,991	Valid	Valid
19	0,993	Valid	Valid
20	0,984	Valid	Valid

Uji Reliabilitas Angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami

Uji Reliabilitas menggunakan rumus *Sperman-Brown*

$$r_{11} = \frac{2 \cdot r_{11}}{1 + r_{11}}$$

Tabel

Analisis Soal Angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami pada 29 Responden untuk Skor Ganjil

NO	Respoden	Skor Item untuk Butir Soal Nomor					Skor Total
		1	3	5	7	9	
1	AH	3	3	3	3	3	15
2	DNM	4	4	3	3	3	17
3	FA	3	3	3	3	2	14
4	LR	3	4	3	4	4	18
5	OA	4	4	4	3	3	18
6	RR	3	3	3	3	3	15
7	ARN	4	3	3	4	3	17
8	DRR	3	2	3	2	2	12
9	IP	3	3	3	3	3	15
10	NSP	3	3	3	3	3	15
11	SN	4	4	4	4	3	19
12	ATW	3	3	3	3	3	15
13	LR	3	3	3	3	4	16
14	RPS	3	3	3	3	3	15
15	ACU	4	3	3	3	2	15
16	AA	3	3	4	3	3	16
17	DG	3	4	4	3	3	17
18	E	3	4	4	4	3	18
19	FF	3	3	3	3	3	15
20	IC	3	3	3	4	3	16
21	LM	4	3	3	3	3	16
22	NK	3	3	4	4	3	17
23	PM	3	4	4	4	2	17
24	RD	4	3	3	3	3	16
25	RP	3	3	3	3	2	14
26	UI	3	3	3	4	4	17
27	SL	3	3	3	3	3	15
28	SA	3	3	3	3	3	15
29	YA	3	3	3	3	3	15

Tabel

Analisis Soal Angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami pada 29 Responden untuk Skor Genap

NO	Responden	Skor Item untuk Butir Soal Nomor					Skor Total
		2	4	6	8	10	
1	AH	3	4	4	3	3	17
2	DNM	4	4	4	3	3	18
3	FA	3	3	3	3	3	15

4	LR	4	3	3	3	3	16
5	OA	4	4	3	4	3	18
6	RR	3	3	3	3	3	15
7	ARN	3	3	3	2	3	14
8	DRR	3	3	3	3	3	15
9	IP	4	3	3	3	3	16
10	NSP	3	3	3	3	4	16
11	SN	4	3	4	4	4	19
12	ATW	3	3	3	3	3	15
13	LR	4	3	3	4	4	18
14	RPS	3	3	3	3	3	15
15	ACU	3	3	3	3	3	15
16	AA	3	3	4	3	2	15
17	DG	3	3	3	3	3	15
18	E	3	4	4	3	3	17
19	FF	3	3	3	3	3	15
20	IC	3	3	4	3	3	16
21	LM	3	3	3	3	2	14
22	NK	4	4	4	3	3	18
23	PM	4	4	3	3	2	16
24	RD	3	3	3	3	3	15
25	RP	3	3	3	3	3	15
26	UI	3	3	3	4	3	16
27	SL	4	3	4	4	3	18
28	SA	3	3	3	3	3	15
29	YA	3	3	3	3	3	15
Jumlah							462

Tabel
Tabel Kerja Uji Reliabilitas Angket Pemahaman Pola Konsumsi Islami Skor
Ganjil-Genap

No	Responden	x	Y	x^2	y^2	Xy
1	AH	15	17	225	289	255
2	DNM	17	18	289	324	306

3	FA	14	15	196	225	210
4	LR	18	16	324	256	288
5	OA	18	18	324	324	324
6	RR	15	15	225	225	225
7	ARN	17	14	289	196	238
8	DRR	12	15	144	225	180
9	IP	15	16	225	256	240
10	NSP	15	16	225	256	240
11	SN	19	19	361	361	361
12	ATW	15	15	225	225	225
13	LR	16	18	256	324	288
14	RPS	15	15	225	225	225
15	ACU	15	15	225	225	225
16	AA	16	15	256	225	240
17	DG	17	15	289	225	255
18	E	18	17	324	289	306
19	FF	15	15	225	225	225
20	IC	16	16	256	256	256
21	LM	16	14	256	196	224
22	NK	17	18	289	324	306
23	PM	17	16	289	256	272
24	RD	16	15	256	225	240
25	RP	14	15	196	225	210
26	UI	17	16	289	256	272
27	SL	15	18	225	324	270
28	SA	15	15	225	225	225
29	YA	15	15	225	225	225
Jumlah		460	462	7358	7412	7356

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{7356}{\sqrt{(7358)(7412)}}$$

$$r_{xy} = \frac{7356}{\sqrt{54537496}}$$

$$r_{xy} = \frac{7356}{7384,950}$$

$$r_{xy} = 0,996$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, selanjutnya hasil tersebut dimasukkan ke dalam rumus *Spearman-Brown*, yaitu sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{2 \cdot r_{\frac{1}{2}\frac{1}{2}}}{1 + r_{\frac{1}{2}\frac{1}{2}}}$$

$$r_{11} = \frac{2 \cdot 0,996}{1 + 0,996}$$

$$r_{11} = \frac{1,992}{1,996}$$

$$r_{11} = 0,997$$

Berdasarkan hasil reliabilitas yang diperoleh dari rumus *Spearman-Brown* di atas, selanjutnya angka reliabilitas tersebut dikonsultasikan pada tabel *r Product Moment* dengan mencari derajat kebebasannya terlebih dahulu, yaitu $df = N - nr = 29 - 2 = 27$. Pada df sebesar 27 diperoleh r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% = 0,381 sedangkan r_{tabel} pada taraf signifikansi 1% = 0,487. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa harga $r_{11} = 0,997$ lebih besar dari r_{tabel} 0,381 dan 0,487 sehingga dapat diketahui bahwa angket yang telah penulis susun rel

Uji Reliabilitas Angket Perilaku Konsumsi

Uji Reliabilitas menggunakan rumus *Spearman-Brown*.

$$r_{11} = \frac{2 \cdot r_{11}}{1 + r_{11}}$$

Tabel

Analisis Soal Angket Perilaku Konsumsi Mahasiswi pada 29 Responden untuk Skor Ganjil

NO	Responden	Skor Item untuk Butir Soal Nomor					Skor Total
		11	13	15	17	19	
1	AH	2	3	2	3	3	13
2	DNM	2	2	2	2	2	10
3	FA	3	3	3	3	3	15
4	LR	3	4	3	3	3	16
5	OA	3	3	3	3	3	15
6	RR	3	3	3	3	3	15
7	ARN	2	3	2	3	3	13
8	DRR	2	3	2	3	3	13
9	IP	2	3	3	3	3	14
10	NSP	2	3	2	4	3	14
11	SN	4	4	3	4	3	18
12	ATW	2	3	2	3	3	13
13	LR	3	2	2	3	4	14
14	RPS	3	4	3	3	3	16
15	ACU	3	4	3	3	3	16
16	AA	3	3	3	3	3	15
17	DG	2	4	3	3	3	15
18	E	3	4	3	3	3	16
19	FF	3	3	3	4	3	16
20	IC	2	4	2	4	3	15
21	LM	2	3	3	3	3	14
22	NK	3	3	3	4	3	16
23	PM	2	3	2	3	3	13
24	RD	3	4	3	3	3	16
25	RP	3	3	3	3	3	15
26	UI	2	4	2	3	3	14
27	SL	3	3	3	3	4	16
28	SA	2	3	2	3	3	13

29	YA	2	2	2	3	3	12
Jumlah							421

Tabel
Analisis Soal Angket Perilaku Konsumsi pada 29 Responden untuk Skor Genap

NO	Responden	Skor Item untuk Butir Soal Nomor					Skor Total
		12	14	16	18	20	
1	AH	3	3	3	4	2	15
2	DNM	3	3	3	3	3	15
3	FA	3	3	4	3	2	15
4	LR	4	4	4	4	3	19
5	OA	3	3	3	3	3	15
6	RR	3	3	3	4	3	16
7	ARN	3	4	4	3	2	16
8	DRR	3	3	4	3	2	15
9	IP	2	4	4	3	3	16
10	NSP	3	3	3	3	2	14
11	SN	4	2	4	4	4	18
12	ATW	3	3	3	3	2	14
13	LR	3	3	3	3	3	15
14	RPS	3	4	4	3	3	17
15	ACU	3	3	4	3	3	16
16	AA	3	3	3	3	3	15
17	DG	3	3	3	3	3	15
18	E	3	3	3	3	3	15
19	FF	3	3	3	3	2	14
20	IC	3	3	3	3	2	14
21	LM	3	3	3	3	3	15
22	NK	3	3	3	3	2	14
23	PM	3	3	4	4	2	16
24	RD	3	3	3	4	3	16
25	RP	3	3	4	3	3	16
26	UI	3	3	3	3	2	14
27	SL	4	4	3	3	3	17
28	SA	3	3	3	4	2	15
29	YA	2	2	3	3	3	13
Jumlah							445

Tabel
Tabel Kerja Uji Reliabilitas Angket Perilaku Konsumsi Mahasiswi Skor
Ganjil-Genap

No	Responden	x	Y	x^2	y^2	XY
1	AH	13	15	169	225	195
2	DNM	10	15	100	225	150
3	FA	15	15	225	225	225
4	LR	16	19	256	361	304
5	OA	15	15	225	225	225
6	RR	15	16	225	256	240
7	ARN	13	16	169	256	208
8	DRR	13	15	169	225	195
9	IP	14	16	196	256	224
10	NSP	14	14	196	196	196
11	SN	18	18	324	324	324
12	ATW	13	14	169	196	182
13	LR	14	15	196	225	210
14	RPS	16	17	256	289	272
15	ACU	16	16	256	256	256
16	AA	15	15	225	225	225
17	DG	15	15	225	225	225
18	E	16	15	256	225	240
19	FF	16	14	256	196	224
20	IC	15	14	225	196	210
21	LM	14	15	196	225	210
22	NK	16	14	256	196	224
23	PM	13	16	169	256	208
24	RD	16	16	256	256	256
25	RP	15	16	225	256	240
26	UI	14	14	196	196	196
27	SL	16	17	256	289	272
28	SA	13	15	169	225	195
29	YA	12	13	144	169	156
Jumlah		421	445	6185	6875	6487

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{6487}{\sqrt{(6185)(6875)}}$$

$$r_{xy} = \frac{6487}{\sqrt{42521875}}$$

$$r_{xy} = \frac{6487}{6520,879}$$

$$r_{xy} = 0,994$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, selanjutnya hasil tersebut dimasukkan ke dalam rumus *Spearman-Brown*, yaitu sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{2 \cdot r_{\frac{1}{2} \frac{1}{2}}}{1 + r_{\frac{1}{2} \frac{1}{2}}}$$

$$r_{11} = \frac{2 \cdot 0,994}{1 + 0,994}$$

$$r_{11} = \frac{1,988}{1,994}$$

$$r_{11} = 0,996$$

Berdasarkan hasil reliabilitas yang diperoleh dari rumus *Spearman-Brown* di atas, selanjutnya angka reliabilitas tersebut dikonsultasikan pada tabel *r Product Moment* dengan mencari derajat kebebasannya terlebih dahulu, yaitu $df = N - nr = 29 - 2 = 27$. Pada df sebesar 27 diperoleh r_{tabel} dengan taraf signifikansi

5% = 0,381 sedangkan r_{tabel} pada taraf signifikansi 1% = 0,487. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa harga $r_{11} = 0,996$ lebih besar dari r_{tabel} 0,381 dan 0,487 sehingga dapat diketahui bahwa angket yang telah penulis susun reliabel.

TABEL
NILAI-NILAI CHI KUADRAT

dk	Tarf Signifikasi					
	50%	30%	20%	10%	5%	1%
1	0,455	1,074	1,642	2,706	3,841	6,635
2	1,386	2,408	3,219	4,605	5,991	9,210
3	2,366	3,665	4,642	6,251	7,815	11,341
4	3,357	4,878	5,989	7,779	9,488	13,277
5	4,351	6,064	7,289	9,236	11,070	15,086
6	5,348	7,231	8,558	10,645	12,592	16,812
7	6,346	8,383	9,803	12,017	14,067	18,475
8	7,344	9,524	11,030	13,362	15,507	20,090
9	8,343	10,656	12,242	14,684	16,919	21,666
10	9,342	11,781	13,442	15,987	18,307	23,209
11	10,341	12,899	14,631	17,257	19,675	24,725
12	11,340	14,011	15,812	18,549	21,026	26,217
13	12,340	15,119	16,985	19,812	22,362	27,688
14	13,339	16,222	18,151	21,064	23,685	29,141
15	14,339	17,322	19,311	22,307	24,996	30,578
16	15,338	18,418	20,465	23,542	26,296	32,000
17	16,338	19,511	21,615	24,769	27,587	33,409
18	17,338	20,601	22,760	25,989	28,869	34,805
19	18,338	21,689	23,900	27,204	30,144	36,191
20	19,337	22,775	25,038	28,412	31,410	37,566
21	20,337	23,858	26,171	29,615	32,671	38,932
22	21,337	24,939	27,301	30,813	33,924	40,289
23	22,337	26,018	28,429	32,007	35,172	41,638
24	23,337	27,096	29,553	33,196	35,415	42,980
25	24,337	28,172	30,675	34,382	37,652	44,314
26	25,336	29,246	31,795	35,563	38,885	45,642
27	26,336	30,319	32,912	36,741	40,113	46,963
28	27,336	31,391	34,027	37,916	41,337	48,278
29	28,336	32,461	35,139	39,087	42,557	49,588
30	29,336	33,530	36,250	40,256	43,773	50,892

PENGARUH PEMAHAMAN POLA KONSUMSI ISLAMI TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI IAIN METRO
(Studi Kasus Pada Jurusan Ekonomi Syariah)

OUTLINE

Halaman Sampul

Halaman Judul

Halaman Persetujuan

Halaman Pengesahan

Abstrak

Halaman Orisinalitas Penelitian

Halaman Motto

Halaman Persembahan

Halaman Kata Pengantar

Daftar Isi

Daftar Tabel

Daftar Lampiran

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan Penelitian
- F. Manfaat Penelitian
- G. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Pemahaman Pola Konsumsi Islami
 - 1. Pengertian Pemahaman Pola Konsumsi Islami
 - 2. Jenis-jenis Pemahaman

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman
4. Tingkatan Dalam Pemahaman
- B. Perilaku Konsumen
 1. Pengertian Perilaku Konsumen
 2. Macam-macam Perilaku Konsumen
 3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen
- C. Prinsip Islam
 1. Prinsip Konsumsi Islami
 2. Etika Konsumsi Islam
- D. Hubungan Pemahaman dengan Perilaku Konsumen
- E. Kerangka Konseptual Penelitian
- F. Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Rancangan Penelitian
- B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi, Sampel dan teknik Pengambilan Sampel
- D. Metode Pengumpulan Data
- E. Instrumen Penelitian
 1. Rancangan Kisi-Kisi Instrumen
 2. Pengujian Instrumen
- F. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum IAIN Metro
 1. Sejarah Singkat Berdirinya IAIN Metro
 2. Visi dan Misi IAIN Metro
 3. Gambaran Umum Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro
- B. Deskripsi Data Hasil Penelitian
 1. Data Pemahaman Mahasiswa
 2. Data Pola Perilaku Konsumsi Mahasiswa
 3. Temuan Khusus (Pengujian Hipotesis)
- C. Pembahasan
- D. Keterbatasan Penelitian

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 5 Juni 2017
Mahasiswa Ybs



Aminatus Sholekhah
NPM. 13102164

Pembimbing I



Drs. A. Jamil. M.Sy
NIP. 1959085 198903 1 004

Pembimbing II



Hermanita, SE., MM
NIP. 19730220 199903 11004

**PENGARUH PEMAHAMAN POLA KONSUMSI ISLAMI TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI EKONOMI SYARIAH IAIN
METRO**

ALAT PENGUMPUL DATA

(APD)

A. Pedoman Kuisisioner

Kepada Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester akhir sedang mengerjakan skripsi mengenai Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. Berkaitan dengan hal itu, saya meminta kesediaan anda meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini. Skala ini dibuat murni untuk tujuan penelitian yang bersifat ilmiah dan semua jawaban yang Anda berikan akan dijamin kerahasiaannya, maka diharap Anda dapat menjawab pernyataan-pernyataan tersebut dengan sejujur-jujurnya. Perlu diketahui, tidak ada jawaban yang benar atau salah, semua jawaban Anda adalah benar. Atas kesediaan dan bantuan Anda untuk mengisi skala ini, saya ucapkan terima kasih.

BIODATA RESPONDEN (Harap Diisi)

Inisial Nama :

NPM :

PETUNJUK

Berikut ini terdapat 20 pernyataan yang menggambarkan perilaku konsumtif pada Mahasiswa. **Pertanyaan produk *fashion* disini tidak hanya mencakup berbagai macam model pakaian, namun juga meliputi sepatu, tas, perhiasan, aksesoris (jam, ikat pinggang, kacamata, *softlense* dan sebagainya).** Saya meminta Anda untuk membaca setiap pernyataan yang disediakan, kemudian pilihlah salah satu jawaban dengan memberi *check list* (√) pada salah satu kolom skala yang anda rasa paling sesuai dengan diri anda. Setelah menjawab semua item, silahkan periksa kembali dan pastikan tidak ada yang terlewat.

Keterangan :

- STS : Anda Sangat Tidak Setuju terhadap pernyataan yang ada
- TS : Anda Tidak Setuju terhadap pernyataan yang ada
- S : Anda Setuju terhadap pernyataan yang ada
- SS : Anda Sangat Setuju terhadap pernyataan yang ada

Contoh :

1. "Saya selalu membeli produk *fashion*"

Jika hal ini sesuai dengan keadaan Anda., maka berilah tanda check (√) pada salah satu kotak jawaban Anda sesuai nomor soal.

	STS	TS	S	SS
1.			√	

Bila ada kesalahan dalam pemberian jawaban, Anda dapat meralatnya dengan memberikan sebuah garis pada jawaban Anda dan kemudian memberikan jawaban yang Anda anggap paling sesuai.

	STS	TS	S	SS
1.		√	√	

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Konsumsi merupakan bentuk perilaku ekonomi dalam kehidupan manusia dengan tujuan untuk pemenuhan kebutuhan terhadap dirinya baik dalam bentuk barang maupun jasa.				
2	Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Al-qur'an dan as-sunnah akan membawa kita mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidup.				
3	Di dalam perilaku konsumsi harus sesuai dengan batas kesanggupan kemampuan finansial.				
4	Prinsip-prinsip konsumsi Islam adalah keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurah hatian, dan moralitas.				
5	Tujuan konsumsi dalam islam adalah untuk mewujudkan masalah dunia dan akhirat.				
6	Berkonsumsi harus berada dalam koridor aturan atau hukum agama serta menjunjung tinggi kebaikan.				
7	Bukan hanya keinginan hawa nafsu yang diutamakan ketika kita mengkonsumsi barang karena dalam pendapatan kita pun ada hak-hak orang lain.				
8	Konsumsi bukanlah aktifitas tanpa batas, melainkan juga terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman.				
9	Dalam transaksi mengkonsumsi yang kita lakukan adalah berdasarkan kemurah hatian artinya tidak serakah dalam mengkonsumsi sesuatu.				

10	Dalam Islam sangat dianjurkan untuk menjaga harta dengan hati-hati termasuk menjaga nafsu supaya tidak terlalu berlebihan dalam menggunakan.				
11	Ketika ada promo dan diskon, saya tertarik untuk membeli barang tersebut meskipun saya tidak terlalu membutuhkannya.				
12	Bagi seorang mahasiswi, memiliki produk <i>fashion</i> yang lengkap itu lebih penting dibandingkan memiliki peralatan kuliah.				
13	Saya lebih memilih membeli laptop dan printer dibandingkan untuk membeli baju untuk kuliah.				
14	Saya tidak merasa minder karena tidak memiliki laptop, yang terpenting <i>fashion</i> saya terlihat modis.				
15	Jika saya menginginkan produk <i>fashion tertentu</i> , saya berusaha keras untuk membelinya meskipun harus mengorbankan jatah uang makan saya.				
16	Saya merasa minder, jika dalam waktu 1 minggu saya tidak ganti model tas ataupun sepatu.				
17	Saya merasa puas jika membeli produk <i>fashion</i> yang saya inginkan atau idam-idamkan, walaupun produk <i>fashion</i> tersebut tidak saya butuhkan.				
18	Jika saya menginginkan produk <i>fashion</i>				

	tertentu, saya berusaha keras untuk membelinya walaupun harus meminjam uang.				
19	Setiap membeli produk <i>fashion</i> , saya mempertimbangkan guna dan manfaatnya, dan karena barang yang lama sudah rusak				
20	Saya sering membeli produk <i>fashion</i> yang terlihat lucu, unik, dan sesuai trend walaupun tidak terlalu saya butuhkan				

B. Pedoman Dokumentasi

1. Profil IAIN Metro
2. Profil Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro

Metro, Oktober 2017

Mahasiswa,



Aminatus Sholekah

NPM.13102164

Menyetujui,

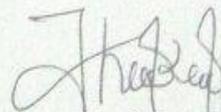
Dosen Pembimbing I



Drs. A. Jamil. M.Sy

NIP. 1959085 198903 1 004

Dosen Pembimbing II



Hermanita, SE., M.M

NIP. 19730220 199903 11004



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : St/06-I-SY/PP/009/1288/2016
Lampiran :
Perihal : Pembimbing Skripsi

Metro, 17 Oktober 2016

Kepada Yth:
1. Dis. H. A. Jamal, M.Sy
2. Hermanita, S.E.,MM
di
Metro

Assalamu'alaikum wr wb.

Untuk membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II skripsi mahasiswa :

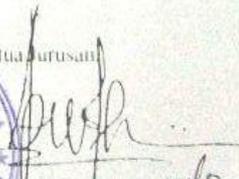
Nama	: Aminatus Sholekah
NPM	: 13102164
Jurusan	: Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi	: Ekonomi Syariah (E.Sy)
Judul	: Perbandingan Antara Pemahaman Dan Perilaku Konsumen Di Lingkungan Mahasiswa Ekonomi Syariah Semester I dan Dengan Semester Dua (Studi Kasus Di Stain Jurai Siwo Metro)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai selesai skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s.d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2-6 bagian.
 - b. Isi ± 3-6 bagian.
 - c. Penutup ± 1-6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr wb

Ketua Jurusan

M. Zulaikha, S.Ag.,MHo
NIP. 197206111998032001



NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran :
Hal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyahkan
Saudari Aminatus Sholekah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Metro
Di _____
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan
seperlunya, maka skripsi saudari:

Nama : Aminatus Sholekah
NPM : 13102164
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESY)
Judul : PENGARUH PEMAHAMAN POLA KONSUMSI
ISLAMI TERHADAP PERILAKU KONSUMSI
MAHASISWI IAIN METRO (Studi Kasus Pada Jurusan
Ekonomi Syariah)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Drs. H.A. Jamil, M.Sy
NIP.19590815 198903 1 004

Metro, Desember 2017
Pembimbing II



Hermanita, SE, MM
NIP. 19730220 199903 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimih (0725) 47296. Website: www.febi.metrouniv.ac.id, e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 1319/In.28/D.1/TL.00/11/2017
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1318/In.28/D.1/TL.01/11/2017, tanggal 10 November 2017 atas nama saudara:

Nama : **AMINATUS SHOLEKAH**
NPM : 13102164
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

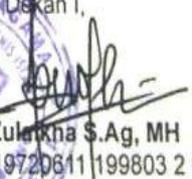
Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PEMAHAMAN POLA KONSUMSI ISLAMI TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI IAIN METRO (STUDY KASUS PADA JURUSAN EKONOMI SYARIAH)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 10 November 2017

Wakil Dekan I,


Siti Zulekha S. Ag, MH
NIP 197206111998032001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507, Faks (0725) 47296, Website: digilib.metrouniv.ac.id, pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1236/In.28/S/OT.01/12/2017

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : AMINATUS SHOLIKHA
NPM : 13102164
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syaria'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2017 / 2018 dengan nomor anggota 13102164.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sepertiunya.



Metro, 06 Desember 2017
Kepala Perpustakaan

[Signature]
Drs. Mokhtandi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001

 IAIN METRO	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	No. Dokumen	FM-IAINM-BM-05-09
		No. Revisi	RO
		Tgl. Berlaku	-
		Halaman	-
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI!			

Nama : Aminatus Sholekah
 NPM : 13102164

Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
 Semester / TA : IX / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	4/12 17		<p>keualian setiap di catat di in teratas ketika tulis artikel di analisis dan kemudi di hasil observasi</p>	
	7/12 17		<p>✓ ke uill uill di catat kemudi tabel kerja di analisis hasil observasi</p> <p>✓ pengisian sisi tulis ke kuali</p>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

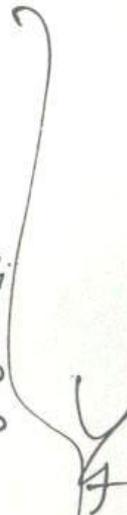
Drs.H.A.Jamil, M.Sy
 NIP. 29590815 198903 1 004


Aminatus Sholekah
 NPM. 13102164

 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO Jl. KH. Lajang Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	No. Dokumen	FM-IAINM-BM-05-09
	No. Revisi	RO
	Tgl. Berlaku	-
	Halaman	-
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI		

Nama : Aminatus Sholekah
 NPM : 13102164

Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
 Semester / TA : VII / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	3/10/17		<p>Metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ teori yg pada kamus ke 2 yg mumpung mengambil kelebihan & kekurangan ✓ kelebihan hrs minimal ✓ identifikasi masalah hrs jls hrs, identifikasi indikator serta identifikasi; rasio 2 Rumus hrs, simbol ✓ manfaat & kegunaan ada 2 ✓ unsur teor: deskripsi 2 sub. jls pengantar Sehingga pengantar yg jls ✓ jls kamus yg akurat? ✓ Variabel hrs dpt diukur ✓ Revisi: opsional belly opsional 	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Drs.H.A.Jamil, M.Sy
 NIP. 29590815 198903 1 004


Aminatus Sholekah
 NPM. 13102164

 IAIN METRO	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	No. Dokumen	FM-IAINM-BM-05-09
		No. Revisi	RO
		Tgl. Berlaku	-
		Halaman	-
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI			

Nama : Aminatus Sholekah
 NPM : 13102164

Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
 Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Senin 20 November 17		Perbaikan pengelompokan materi dan Angket yang telah terkumpul. Menambahkan 9 hal - 82.	
2	Senin 27 NOV 17.	✓	ACC BAB 17 s/d. II Lanjutkan ke pembimbing. I.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

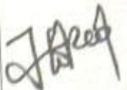
Hermanita, SE.,MM
 NIP. 19730220 199903 11004


Aminatus Sholekah
 NPM. 13102164

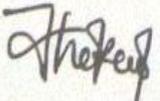
 IAIN <small>METRO</small>	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI		No. Dokumen	FM-IAINM-BM-05-09
	(IAIN) METRO		No. Revisi	RO
	Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507		Tgl. Berlaku	-
			Halaman	-
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI				

Nama : Aminatus Sholekah
 NPM : 13102164

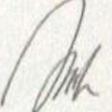
Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
 Semester / TA : VII / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Senin - 11 Sept 17.	✓	Acc BAB I s/d III. Lanjutkan ke pembimbing I.	

Dosen Pembimbing II


Hermanita, SE, IMM
 NIP. 19730220 199903 11004

Mahasiswa Ybs.


Aminatus Sholekah
 NPM. 13102164

 IAIN METRO Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO		No. Dokumen	FM-IAINM-BM-05-09
			No. Revisi	RO
			Tgl. Berlaku	-
			Halaman	-
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI				

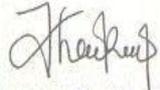
Nama : Aminatus Sholekah
 NPM : 13102164

Fakultas / Prodi : Ekoonomi dan Bisnis Islam / ESy
 Semester / TA : VII / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	27 Juli 17	✓	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki judul penulisan pada prinsip keadilan di hal 24 - koreksi dalam penulisan huruf Arab - Lengkapi box dengan rumus pada hal 42 	 

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

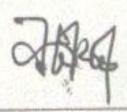

Hermanita, SE., MM
 NIP. 19730220 199903 11004


Aminatus Sholekah
 NPM. 13102164

 IAIN METRO Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO		No. Dokumen	FM-IAINM-BM-05-09
			No. Revisi	RO
			Tgl. Berlaku	-
			Halaman	-
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI				

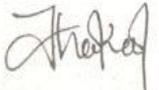
Nama : Aminatus Sholekah
 NPM : 13102164

Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
 Semester / TA : VII / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	kamis - 13 Juli 17		<p>Skripsi:</p> <p>1/ Sebelum pengisian tabel, gelas dan tantung indikator. perhatikan. lanjutkan mahasiswa yg Rahman & irusidma!</p> <p>2/ Dilandaskan teori tumbuhan tantung teori pola konbim si.</p>	
2	-	-	-ACC out line. Lanjutkan!	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.


Hermanita, SE.,MM
 NIP. 19730220 199903 11004


Aminatus Sholekah
 NPM. 13102164

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Aminatus Sholekah. Lahir di Sritejokencono tanggal 18 Januari 1995, anak pertama dari 2 bersaudara. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak Slamet Riadi dan Ibu Sumini.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SDN 4 Sritejokencono selesai pada tahun 2007, kemudian melanjutkan di SMPN 1 Kotagajah selesai pada tahun 2010. Sekolah Menengah Atas pada SMAN 1 Kotagajah selesai pada tahun 2013. Kemudian, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro yang sekarang menjadi IAIN Metro yaitu pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dimulai pada semester 1 TA.2013/2014.