

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum

4.1.1. Profil Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Fakultas Ilmu Agama Islam terletak di Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia, Jalan Kaliurang KM. 14,5 Sleman, Yogyakarta. Sistem pendidikan dan pengajaran yang dimiliki, mengacu pada pedoman penyelenggaraan Pendidikan yang dikeluarkan oleh Departemen Agama Republik Indonesia SK Menteri Pendidikan Nasional RI No. 232/U/2000 tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi, Sistem Satuan Kredit Semester (SKS) yang diterapkan oleh Fakultas Ilmu Agama Islam untuk menunjang kelancaran proses belajar mahasiswa, dengan jumlah SKS sebagai berikut:

Jurusan Tarbiyah	: 145 SKS
Jurusan Syari'ah	: 147 SKS
Jurusan Ekonomi Islam	: 146 SKS

Dan jumlah keseluruhan SKS didistribusikan dalam waktu 7 semester. Adapun visi dan misi yang dimiliki oleh Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, yaitu:

Visi

Menjadi pusat rujukan pengembangan Hukum Islam, Pendidikan Islam, Ekonomi Islam dan Bisnis Syari'ah yang berkualitas.

Misi

1. Menyiapkan pakar profesional Hukum Islam, Pendidikan Islam, Ekonomi Islam dan Bisnis Syari'ah yang memiliki komitmen terhadap keunggulan kompetensi

2. Mengembangkan, mengaktualisasikan dan mengkomunikasikan Ilmu Hukum Islam, Pendidikan Islam, Ekonomi Islam dan Bisnis Syariah melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat.¹

4.1.2. Profil Program Studi Ekonomi Islam

Prodi Ekonomi Islam memberikan kompetensi dan gagasan sebagai disiplin ilmu Ekonomi Islam yang mampu menerapkan dalam kegiatan perekonomian, mewujudkan usahawan yang handal (Amanah, Profesional, Istiqomah dan Komunikatif [APIK]) dan memberikan kontribusi dalam bentuk pendidikan, sosialisasi, konsultasi, implementasi serta menjadi SDM yang berguna dan profesional di bidangnya. Prodi Ekonomi Islam memiliki visi, misi, keunggulan dan fasilitas sebagai berikut:

Visi

Terdepan dalam melahirkan intelektual yang berkompeten secara teoritis dan praktis dalam bidang Ekonomi Islam serta berkarakter *Rahmattan Lil'alamin*.

Misi

1. Menjadi pusat pendidikan, pengkajian, penelitian dan pengembangan serta sosialisasi Ekonomi Islam
2. Menyiapkan lulusan yang memiliki keahlian secara teoritis maupun praktis di bidang ekonomi dan keuangan Islam yang berkarakter Amanah, Profesional, Istiqomah dan Komunikatif (APIK)
3. Menyiapkan pakar profesional Ekonomi Islam yang memiliki komitmen terhadap keunggulan kompetensi, knowledge dan IT (*information and technology*)

¹<http://fis.uui.ac.id>, diakses pada 29 September 2015.

4. Bersinergi dengan dengan lembaga-lembaga keuangan syariah dalam mengembangkan, mengaktualisasikan dan mengkomunikasikan Ekonomi Islam melalui pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan dakwah Islamiyyah

Keunggulan

1. Program Studi Ekonomi Islam yang mendapat izin operasional pertama kali, dijadikan model dalam blue print Studi Ekonomi Islam di Indonesia
2. Benchmark pada kurikulum Al-Azhar University Cairo, IIUM dan IIU Islamabad Pakistan dan University of Malaya
3. Lulusan berpeluang menjadi manajer Lembaga Keuangan Syariah (LKS), Akademisi, Praktisi Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah, dan Wirausaha

Fasilitas

1. Magang di Lembaga Bisnis dan Keuangan Syari'ah
2. Bank Mini (BMT At-Ta'awun)
3. Komputer.²

4.1.3. Profil Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Saat ini Fakultas Ekonomi UII memiliki program studi Diploma 3 (D3), tiga program studi Strata-1 Reguler (S1) yaitu Program Studi Manajemen, Program Studi Akuntansi dan Program Studi Ilmu Ekonomi, *International Program* (IP) Strata-1, Program Pasca Sarjana S2 yang meliputi Magister Manajemen (MM), Magister Ekonomi Keuangan (MEK) dan Magister Akuntansi (MAKSI), serta Program Doktor Ilmu Ekonomi.

Kampus Ekonomi UII adalah lingkungan yang memadukan kenyamanan lingkungan dan suasana akademik yang baik. Fasilitas akademik dan kemahasiswaan tersedia dengan baik di lingkungan kampus ini. Penerapan sistem manajemen mutu yang konsisten menjadikan proses kegiatan akademik di kampus Ekonomi UII

²<http://fis.uui.ac.id/prodi-ekonomi-islam>, diakses pada 29 September 2015.

terencana dan terjamin pelaksanaannya. Keberadaan laboratorium di masing-masing program studi mendukung pembelajaran dan pengembangan keilmuan yang komprehensif.

Sistem pendidikan dan pengajaran yang diselenggarakan oleh FE UII mengacu pada Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan yang dikeluarkan oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan R.I. sesuai dengan SK Menteri No. 056/V/1994. Dengan tidak meninggalkan ciri sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam, kurikulum dan silabus yang digunakan FE UII disusun berdasarkan keputusan SK Menteri Pendidikan Nasional No. 232/U/2000 tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi dan penilaian Hasil Belajar serta SK No. 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.

Sistem Satuan Kredit Semester (SKS) diterapkan di FE UII sejak tahun akademik 1980/1981 untuk jenjang sarjana pada Prodi Akuntansi dan Prodi Manajemen. Program Studi Ilmu Ekonomi yang berdiri pada tahun akademik 1990/1991 langsung menerapkan sistem SKS. Dengan demikian, pada tahun akademik ini semua program studi di FE UII telah melaksanakan sistem satuan kredit semester. Adapun jumlah SKS untuk setiap program studi di FE UII pada jenjang S1 adalah sebagai berikut³:

Program Studi Manajemen	: 144 SKS
Program Studi Akuntansi	: 144 SKS
Program Studi Ilmu Ekonomi	: 144 SKS

4.1.4. Profil Program Studi Ilmu Ekonomi

Program Studi Ilmu Ekonomi (PSIE) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia didirikan pada tahun 1990/1991 dengan nama Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP). Memperoleh Status Terdaftar pada tanggal

³<http://fecon.uui.ac.id/learn-at-fe>, diakses pada 29 September 2015.

21 Februari 1991 berdasarkan SK Mendibud RI No. 076/0/1991. Memperoleh status Diakui pada tahun akademik 1993/94 berdasarkan SK. Dirjen Dikti Depdikbud RI No. 193/DIKTI/Kep/1994 tanggal 9 Juli 1994. Kemudian berdasarkan sistem akreditasi baru yang dilakukan oleh Badan Akreditasi Nasional (BAN), PS IESP mendapatkan akreditasi dengan nilai A sesuai dengan SK. BAN Perguruan Tinggi Depdikbud RI No. 002/BAN-PT/Ak-II/XII/1998 tertanggal 22 Desember 1998. Selanjutnya, pada akreditasi ulang berikutnya yakni pada tahun 2003, PS bisa mempertahankan nilai A.

Seiring dengan perkembangan pendidikan ilmu ekonomi, penggunaan nama PS IESP dinilai oleh banyak perguruan tinggi kurang mencerminkan kompetensi yang dimiliki PS. Oleh karena itu beberapa perguruan tinggi telah menggunakan nama PS Ilmu Ekonomi. Usaha secara formal menggunakan nama Program Studi Ilmu Ekonomi dimulai dari hasil konferensi penyelenggara PS IESP di Universitas Trisakti pada tanggal 25-27 Januari 2006 yang menghasilkan rekomendasi penggunaan nama Program Studi Ilmu Ekonomi. Atas dasar itu, Program Studi IESP FE UII mengadakan rapat pleno dengan seluruh sivitas akademika yang akhirnya menyetujui penggunaan nama Program Studi Ilmu Ekonomi. Atas dasar itu ketua PS mengirim surat kepada rektor UII untuk mengajukan permohonan perubahan nama Program Studi IESP menjadi Program Studi Ilmu Ekonomi (PSIE). Perubahan nama PS IESP menjadi Program Studi Ilmu Ekonomi dituangkan dalam SK Rektor UII No. 149/SK/Rek/DA/IV/2008 tentang Perubahan Nama Jenjang Strata-1 (S-1) program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan menjadi Program studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Adapun visi, misi, sasaran, dan tujuan Program Studi Ilmu Ekonomi adalah sebagai berikut:⁴

Visi

Terwujudnya Program Studi Ilmu Ekonomi unggulan, sebagai *Rahmattan Lil'alamin* yang memiliki komitmen pada kesempurnaan dan risalah Islamiyah di bidang ilmu ekonomi”.

Dengan visi tersebut PS Ilmu Ekonomi bertekad menjadi salah satu PS yang unggul di lingkup Asia pada tahun 2018. Keunggulan yang diharapkan dimiliki oleh PS adalah pada kompetensi Ekonomi Islam. Untuk mewujudkan visi tersebut telah dilakukan berbagai kebijakan strategis, yaitu revisi kurikulum pada tahun 2006/2007, pengiriman dosen studi lanjut untuk program master dan doktor pada bidang Ekonomi Islam.

Berbagai kerjasama juga telah dilakukan dengan dukungan pimpinan fakultas dan universitas, diantaranya dengan the Australian Consortium for Incountry Indonesian Studies (ACICIS), Wollongong University, Universiti Kebangsaan Malaysia dalam bidang pengembangan pendidikan dan kajian ilmiah.

Misi

1. Melaksanakan pendidikan di bidang ekonomi dengan kompetensi Ekonomi Islam yang didukung oleh keunggulan kurikulum dan proses belajar-mengajar serta kelengkapan fasilitas penunjang.
2. Melaksanakan kegiatan penelitian dan publikasi ilmiah di berbagai media nasional maupun internasional.
3. Melaksanakan pengabdian pada masyarakat dan dakwah Islamiah.

⁴<http://economics.uii.ac.id/profile>, diakses pada 29 September 2015.

4. Mengembangkan dan memanfaatkan ilmu ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan, kehormatan, dan martabat masyarakat.

Sasaran

1. Lulusan bekerja/berwirausaha dalam enam bulan pertama minimal 90%
2. Tepat waktu studi lulusan minimal 90%
3. Nilai Kinerja Dosen $\geq 3,00$ (skala 0 s/d 4) minimal 90%
4. Capaian kompetensi ke-UII-an lulusan meliputi ke-Islaman, kebangsaan, kewirausahaan, bahasa inggris dengan nilai baik, minimal 90%
5. Indeks Prestasi Kumulatif lulusan $\geq 3,00$ minimal 80%
6. Jumlah dosen dengan publikasi ilmiah internasional minimal 5%
7. Skor TOEFL lulusan ≥ 475 minimal 50%

Tujuan

PSIE telah menetapkan beberapa tujuan sebagai rangkaian dari penjabaran visi, misi dan sasaran. Sebagai lembaga yang memiliki visi jangka panjang dan menjunjung tinggi nilai moral dan integritas manusia, maka dalam kegiatan pendidikannya PSIE memiliki tujuan menghasilkan lulusan yang menguasai aspek Islamic values, soft skill dan economic knowledge.

Harapan

Diharapkan lulusan PSEI memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Bertaqwa, berakhlak, beretika, berilmu amaliah dan beramal ilmiah
2. Bersifat terbuka, berwawasan global, terampil, tanggap terhadap perubahan dan kemajuan ilmu serta teknologi.

3. Mampu mengenali, mengamati dan melakukan analisis untuk menemukan pemecahan masalah berdasarkan ilmu ekonomi⁵

4.1.5. Profil Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII

Di dalam program studi Ekonomi Islam para mahasiswa dituntut untuk bisa menguasai ilmu ekonomi yang mencakup secara keseluruhan, baik mulai dari dasar hingga ke tahap yang lebih lanjut baik dalam lingkungan mikro maupun makro. Terlebih lagi, dalam program studi ini para mahasiswa ditekankan untuk mempelajari ilmu ekonomi yang dilandaskan akan prinsip syariah yaitu berdasarkan Qur'an dan Hadist, yang mana nantinya semua ditujukan untuk mencapai kemaslahatan umat.

Para mahasiswa Ekonomi Islam pastinya bisa mengerti terkait perilaku konsumsi, terkhusus untuk perihal perilaku konsumsi Islam. Mereka telah diajarkan tentang perbedaan antara *need* (kebutuhan) dan *wants* (keinginan). Bagi mereka yang telah memahami hal tersebut, pastilah bisa mengimplementasikannya dalam kehidupan nyata.

Dilihat dari realita yang ada dan setelah dilakukan observasi, bahwa perilaku konsumsi para mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII masih bersifat Islami. Dilihat dari barang-barang yang mereka punyai, pakaian yang mereka kenakan, dan kendaraan yang mereka gunakan untuk pergi ke kampus. Hanya beberapa mahasiswa saja yang mengendarai kendaraan roda empat untuk berkuliah, sisanya didominasi oleh mereka yang membawa sepeda motor dan berjalan kaki. Untuk pakaian yang dikenakan dalam sehari-hari maupun dalam kegiatan kampus, kebanyakan dari mereka tetap mengenakan pakaian sopan dan tidak berlebih-lebihan, artinya tidak terlalu mencolok dan tidak menarik perhatian.

Terlebih lagi, letak kampus terpadu yang jauh dari perkotaan membuat para mahasiswa Ekonomi Islam memilih untuk lebih

⁵<http://economics.uii.ac.id/profile>, diakses pada 29 September 2015.

banyak menghabiskan waktunya di daerah Kaliurang dan sekitarnya, sehingga kemungkinan untuk merubah gaya hidup ke arah yang lebih konsumtif dan berperilaku konsumsi secara tidak Islami itu masih dapat dikatakan atau dianggap kecil, serta dapat dihindari.

4.1.6. Profil Mahasiswa Ilmu Ekonomi FE UII

Berbeda dengan program studi Ekonomi Islam, bahwa para mahasiswa Ilmu Ekonomi ditekankan untuk memahami semua mata kuliah yang diajarkan, yaitu hanya mencakup ekonomi konvensional yang mana tidak didasarkan atas prinsip agama apapun, dan tujuan akhirnya yaitu untuk mendapatkan manfaat atau value di masa mendatang. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa sebagian dari para mahasiswa Ilmu Ekonomi juga belajar untuk memahami tentang Ekonomi Islam dikarenakan ada beberapa mata kuliah pilihan yang ditawarkan oleh pihak program studi untuk para mahasiswa.

Hakikatnya, para mahasiswa Ilmu Ekonomi juga mengetahui prinsip-prinsip syariah karena mereka juga beragama Islam. Meskipun demikian, tingkat dari pengetahuan yang mereka ketahui tidak sebanyak dan tidak begitu mendalam layaknya para mahasiswa Ekonomi Islam.

Sesuai dengan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya dan setelah melakukan beberapa pengamatan, bahwa para mahasiswa Ilmu Ekonomi yang berada dalam lingkup Fakultas Ekonomi, terletak di tempat yang strategis dan mudah dijangkau dari perkotaan, hal ini yang mungkin mendasari para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan khususnya Ilmu Ekonomi dikenal sebagai mahasiswa yang selalu tampil *trendy* karena probabilitas atau kesempatan dari mereka untuk mempunyai gaya hidup yang konsumtif jauh lebih besar bila dibandingkan dengan para

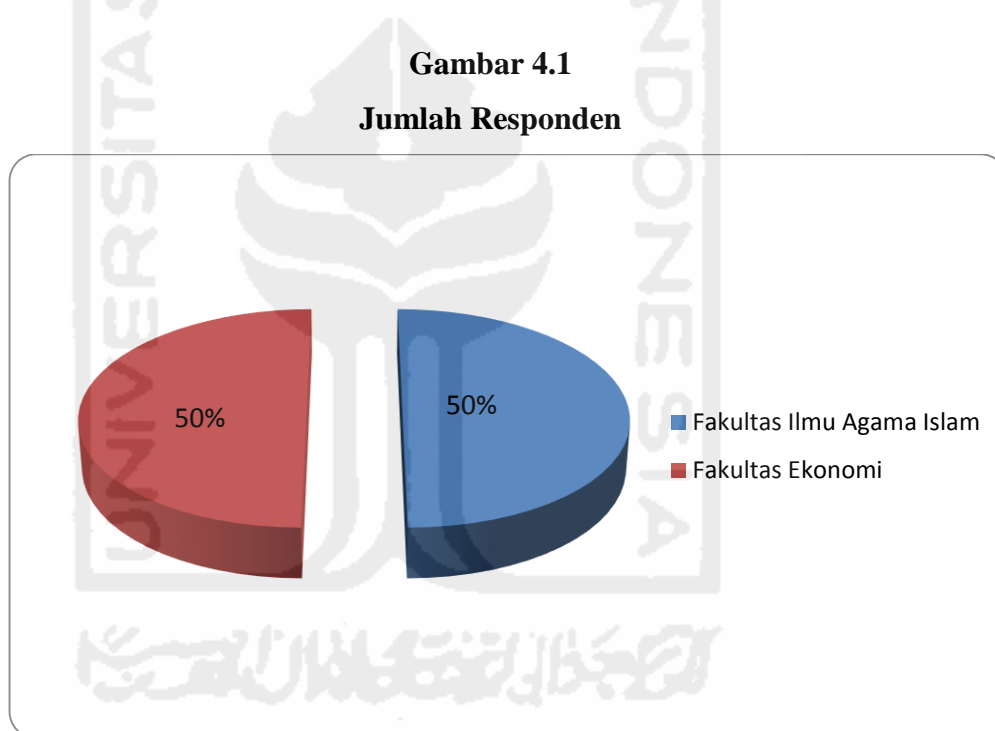
mahasiswa Ekonomi Islam yang letak kampusnya jauh dari perkotaan.

4.2. Analisis Deskriptif

4.2.1 Karakteristik Responden

a. Jumlah Responden

Jumlah subjek penelitian dari pengaruh pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi pada Fakultas Ilmu Agama Islam dan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia telah ditentukan jumlahnya. Secara terperinci yaitu sebagai berikut:



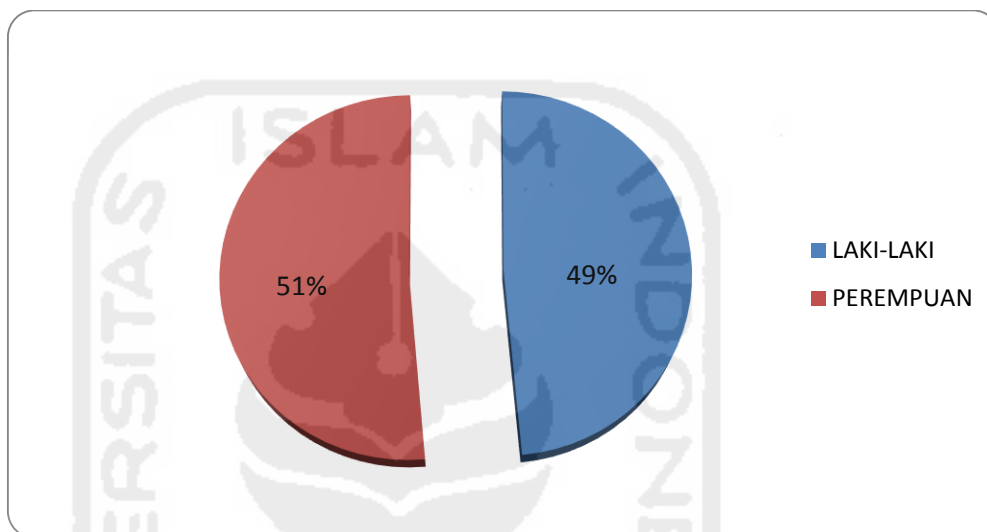
Sumber: Data Primer Diolah 2015

Jumlah responden pada masing-masing fakultas memiliki porsi yang sama yaitu dengan prosentase 50% untuk mahasiswa program studi Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam dengan jumlah 35 orang, dan hal yang sama juga terjadi pada program studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dengan prosentase 50% dengan jumlah 35 orang

b. Jenis Kelamin

Dari hasil penyebaran kuesioner pada dua fakultas yang dituju yaitu Fakultas Ilmu Agama Islam dan Fakultas Ekonomi, diperoleh jumlah responden laki-laki dan perempuan sebagai berikut:

Gambar 4.2
Jenis Kelamin



Sumber: Data Primer Diolah 2015

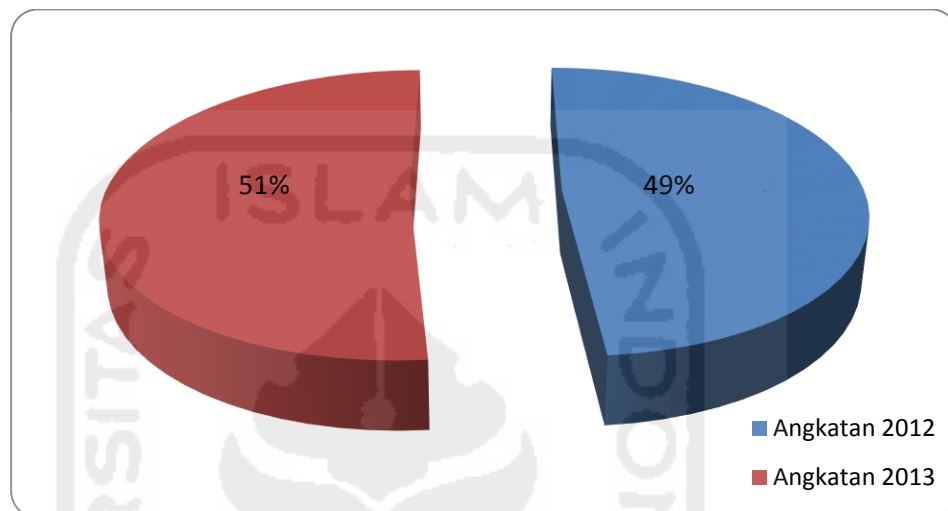
Diketahui dari seluruh responden yang ada, jumlah responden laki-laki adalah sebanyak 34 orang atau 49% dari jumlah total responden yang berpartisipasi. Sedangkan jumlah responden perempuan berjumlah 36 orang atau 51% dari jumlah keseluruhan. Selisih antara jumlah responden berdasarkan jenis kelamin tidak terlalu jauh karena hanya terpaut 2 orang, namun perbedaan tersebut dapat mempengaruhi hasil dari kuesioner yang dibagikan terkait perilaku konsumsi. Karena sesuai dengan kajian pustaka yang sudah dijelaskan di dalam Bab II bahwa jenis kelamin merupakan salah satu faktor individu yang mempengaruhi perilaku konsumsi. Dimana dalam realitanya bahwa kebutuhan akan barang dan jasa dari laki-laki dan perempuan adalah berbeda.

c. Angkatan

Responden untuk penelitian ini ditujukan kepada dua angkatan yaitu 2012 dan 2013. Diagramnya adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3

Angkatan



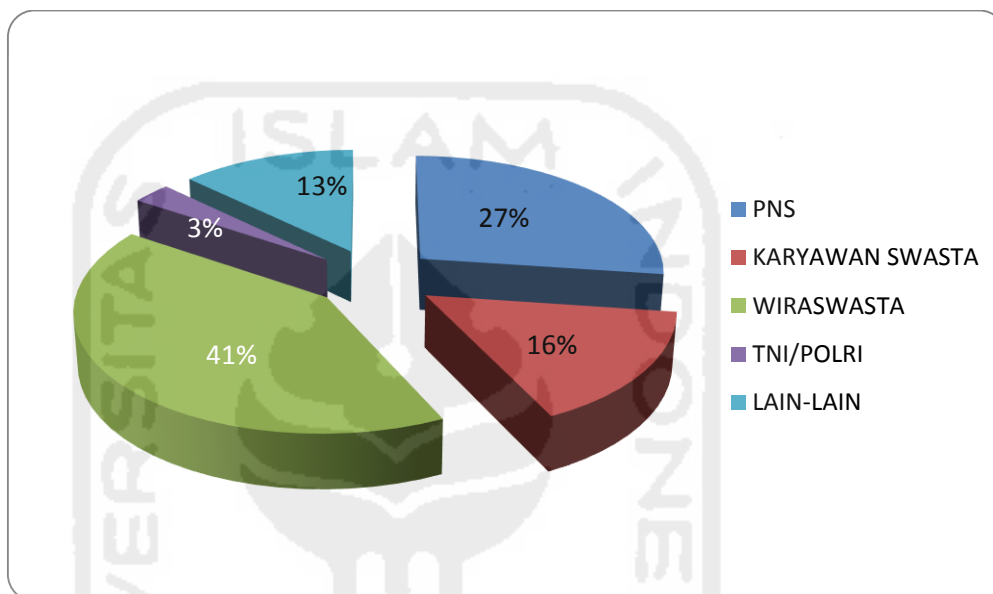
Sumber: Data Primer Diolah 2015

Dari keseluruhan mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII salah satu penentuan responden untuk penelitian ini yaitu didasarkan oleh tahun angkatan, yang mana mereka sudah mendapatkan mata kuliah tentang perilaku konsumsi dan sekarang masih aktif menjalankan perkuliahan. Angkatan 2012 berjumlah 34 atau 49%, dan angkatan 2013 berjumlah 36 atau 51%. Perbedaan tersebut juga bisa menimbulkan perbedaan dalam pengisian kuesioner terkait perilaku konsumsi.

d. Pekerjaan Orang Tua

Pekerjaan orang tua dari para mahasiswa yang menjadi responden dapat dilihat pada hasil pengelompokan sebagai berikut:

Gambar 4.4
Pekerjaan Orang Tua



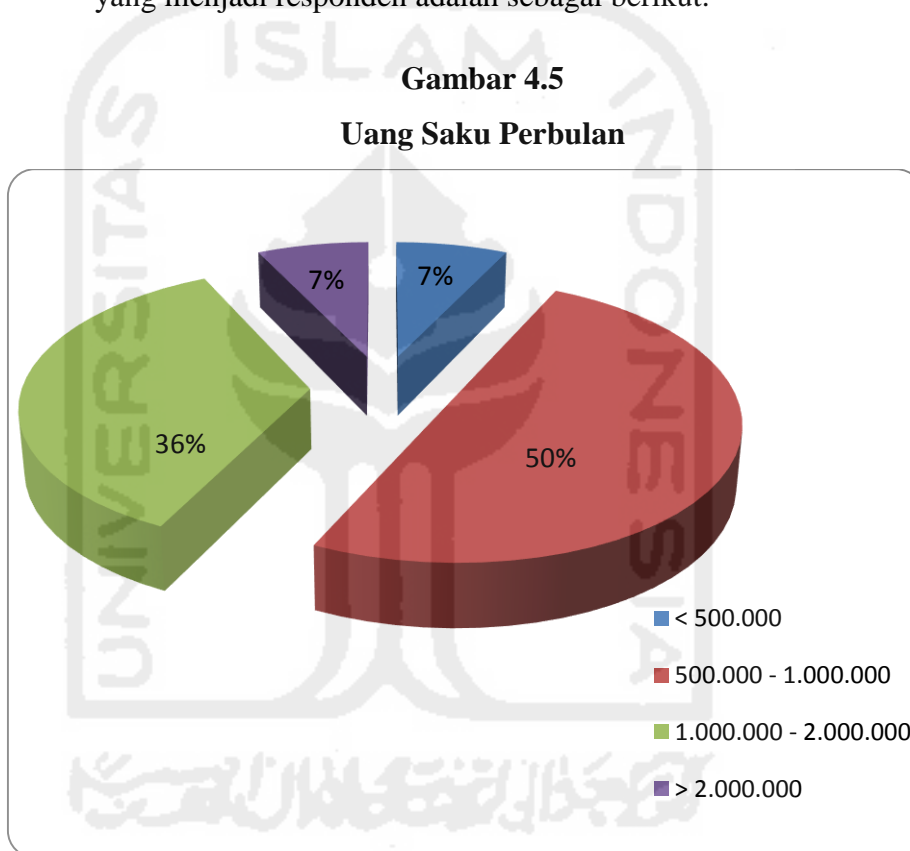
Sumber: Data Primer Diolah 2015

Pekerjaan orang tua dari para responden yang bekerja sebagai wiraswasta memiliki jumlah paling banyak yaitu 29 orang atau 41%, setelah itu yang bekerja sebagai PNS sebanyak 19 orang atau 27%, yang bekerja sebagai karyawan swasta yaitu 11 orang atau 16%, untuk pekerjaan lain-lainnya sejumlah 9 orang atau 13%, dan jumlah paling sedikit adalah untuk orang tua yang bekerja sebagai TNI/POLRI yaitu 2 orang atau sebanyak 3%. Jenis pekerjaan orang tua responden yang beragam dapat mempengaruhi perilaku konsumsi para mahasiswa, karena pekerjaan orang tua memberi pengaruh pada jumlah uang saku yang dapat mereka berikan kepada anak-anak.

Dilihat dari hasil pengisian kuesioner bahwa pekerjaan orang tua responden didominasi oleh para pegawai, artinya kebanyakan dari orang tua mereka mempunyai kualifikasi kemampuan dan jam tertentu dalam bekerja.

e. Uang Saku Perbulan

Berdasarkan kuesioner yang dibagikan, dapat diperoleh informasi terkait jumlah uang saku yang diterima para mahasiswa yang menjadi responden adalah sebagai berikut:



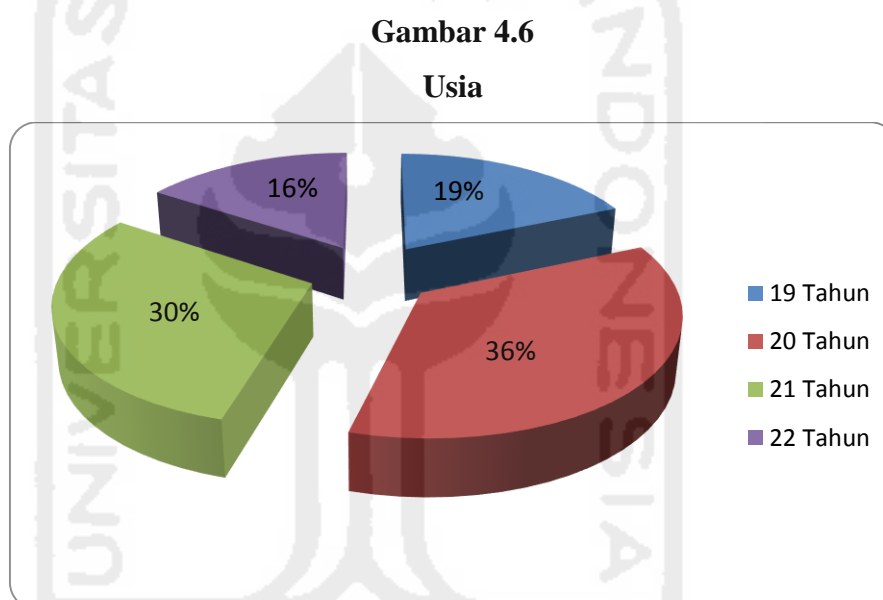
Sumber: Data Primer Diolah 2015

Secara dominan, uang saku yang diterima responden setiap bulannya yaitu sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 dengan prosentase 50% atau dengan jumlah mahasiswa sebanyak 35 orang, untuk uang saku sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebesar 36% atau sebanyak 25 orang, untuk uang saku lebih dari Rp. 2.000.000 dan kurang dari Rp. 500.000 memiliki jumlah dan

prosentase yang sama yaitu 5 orang atau 7%. Perbedaan jumlah uang saku yang diterima setiap bulannya bisa saja dipengaruhi oleh jenis pekerjaan orang tua mereka. Dapat disimpulkan bahwa para responden yang memperoleh uang saku lebih dari rata-rata setiap bulan, orang tuanya memiliki pekerjaan tetap dan jabatan tinggi karena pendapatan mereka juga pasti tinggi.

f. Usia

Usia dari responden berikisar dari 19 – 22 tahun, dan dapat dilihat berdasarkan diagram sebagai berikut:



Sumber: Data Primer Diolah 2015

Untuk usia dari responden penelitian, yang paling banyak mendominasi adalah usia 20 tahun, dengan jumlah responden 25 orang atau sebanyak 36%, kemudian untuk usia 21 tahun sebanyak 21 orang atau dengan prosentase sebanyak 30%, usia 19 tahun sebanyak 13 orang atau 19%, dan usia 22 tahun sebanyak 11 orang atau 16%. Rentang usia para responden sesuai dengan angkatan yang mereka tempuh di bangku perkuliahan, yaitu angkatan 2012 dan 2013. Telah kita ketahui bersama bahwa usia juga merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi, dimana

orang yang berusia muda akan berbeda kebutuhannya dengan mereka yang berusia lebih tua. Namun, dalam penelitian ini bahwa perbedaan usia para responden tidak terlalu mempengaruhi hasil pengisian kuesioner karena tidak ada selisih yang terlalu besar karena usia mereka berkisar dari 19 tahun sampai 22 tahun.

4.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

4.3.1. Uji Validitas

Berikut adalah hasil pengujian validitas menggunakan 11 butir pertanyaan, terdiri dari 3 pertanyaan untuk variabel pengetahuan mahasiswa (X1), 4 untuk variabel latar belakang sosial ekonomi orang tua (X2), dan variabel perilaku konsumsi (Y) sejumlah 4 pertanyaan. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *SPSS 16.0 for Windows*

Tabel 4.1

Validitas Variabel Pengetahuan Mahasiswa

ITEM	N	r HITUNG	r TABEL	VALIDITAS
Pertanyaan 1	70	0,638	0.1982	Valid
Pertanyaan 2	70	0.706	0.1982	Valid
Pertanyaan 3	70	0.715	0.1982	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2015

Tabel 4.2
Validitas Variabel Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua

ITEM	N	r HITUNG	r TABEL	VALIDITAS
Pertanyaan 4	70	0.792	0.1982	Valid
Pertanyaan 5	70	0.765	0.1982	Valid
Pertanyaan 6	70	0.617	0.1982	Valid
Pertanyaan 7	70	0.126	0.1982	Tidak Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2015

Tabel 4.3
Validitas Variabel Perilaku Konsumsi

ITEM	N	r HITUNG	r TABEL	VALIDITAS
Pertanyaan 8	70	0.737	0.1982	Valid
Pertanyaan 9	70	0.425	0.1982	Valid
Pertanyaan 10	70	0.709	0.1982	Valid
Pertanyaan 11	70	0.789	0.1982	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2015

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel pengetahuan mahasiswa dan perilaku konsumsi menggunakan *SPSS 16.0* pada 70 responden, maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid, hal tersebut dapat dilihat dari r hitung pada tiap item pada variabel pengetahuan mahasiswa dan perilaku konsumsi lebih besar dari r tabel.

Sedangkan untuk variabel latar belakang sosial ekonomi orang tua dinyatakan satu pertanyaan yang tidak

valid yaitu pertanyaan ke-7 yang r hitungannya hanya 0.126 yang mana kurang dari nilai r tabel.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Indikator uji reliabilitas adalah *Cronbach Alpha* lebih dari r -tabel dengan signifikansi 5% (0,05) menunjukkan instrumen yang digunakan reliabel. Berdasarkan uji reliabilitas, maka diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

VARIABLE	CRONBACH'S ALPHA	KETENTUAN NILAI CRONBACH'S ALPHA (r Tabel)	KETERANGAN
Pengetahuan Mahasiswa	0.438	0.1982	Cukup Reliabel
Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua	0.460	0.1982	Cukup Reliabel
Perilaku Konsumsi	0.594	0.1982	Cukup Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah 2015

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari r tabel, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel. Dengan mengacu pada pendapat diatas, maka butir

pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.4. Uji Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh daripada pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi, maka seluruh data yang telah terkumpul dari para responden kemudian diolah menggunakan program *SPSS 16.0 for windows*, dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.726	2.870		1.995	.050
	x1	.181	.157	.124	1.158	.251
	x2	.692	.154	.483	4.495	.000

Sumber : Data Primer Diolah 2015

Pada tabel di atas, dapat diperoleh hasil dari regresi berganda, sehingga mendapatkan sebuah persamaan yaitu:

$$Y = 5,726 + 0,181X1 + 0,692X2$$

1) Konstanta

Nilai konstanta sebesar 5,726, berarti apabila pengetahuan mahasiswa (X1) dan latar belakang sosial ekonomi orang tua (X2) bernilai nol, maka perilaku konsumsi bernilai 5,726.

2) Koefisien Pengetahuan Mahasiswa (b1)

Variabel pengetahuan mahasiswa memiliki nilai koefisien sebesar 0,181. Hal tersebut berarti apabila pengetahuan mahasiswa ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka perilaku konsumsi akan bertambah atau naik sebesar 0,181 satuan.

3) Koefisien Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua (b2)

Variabel latar belakang sosial ekonomi orang tua memiliki nilai koefisien sebesar 0,692. Hal tersebut berarti apabila latar belakang sosial ekonomi orang tua ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka perilaku konsumsi akan bertambah atau naik sebesar 0,692 satuan.

4.5. Uji Hipotesis

4.5.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel-variabel pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap variabel perilaku konsumsi. Dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel, maka dapat diketahui apakah hipotesis diterima atau ditolak. Berdasarkan pada tabel 4.5 dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1) Variabel Pengetahuan Mahasiswa (X1)

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.5, maka diketahui besar t hitung untuk variabel pengetahuan mahasiswa (X1) yaitu 1,158. Dengan menggunakan pengujian dua sisi dan taraf signifikansi 5% serta derajat kebebasan $df = n - k - 1$ ($70 - 2 - 1 = 67$), maka diperoleh t tabel sebesar 1,996. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel yaitu $1,158 < 1,996$.

Maka hal tersebut menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa terhadap perilaku konsumsi. Berarti H_0 diterima, dan H_a ditolak.

2) Variabel Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua (X_2)

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.5, maka diketahui besar t hitung untuk variabel latar belakang sosial ekonomi orang tua (X_2) yaitu 4,495. Dengan menggunakan pengujian dua sisi dan taraf signifikansi 5% serta derajat kebebasan $df = n-k-1$ ($70-2-1 = 67$), maka diperoleh t tabel sebesar 1,996. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel yaitu $4,495 < 1,996$. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan dari latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi. Berarti H_0 ditolak, dan H_a diterima.

4.5.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh antara pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel. Maka nantinya akan dapat diketahui apakah hipotesis akan diterima atau ditolak, dan dapat juga diketahui bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi. Di bawah ini adalah hasil uji F dengan program *SPSS 16.0 for windows*:

Tabel 4.6
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	62.980	2	31.490	10.331	.000 ^a
	Residual	204.220	67	3.048		
	Total	267.200	69			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber : Data Primer Diolah 2015

Melihat pada hasil tabel 4.6 diketahui bahwa besar F hitung yaitu 10,331 dan F tabel diperoleh berdasarkan perhitungan taraf signifikansi 0,05 dan $df1 = k-1$ ($2-1 = 1$) dan $df2 = n-k$ ($70-2 = 68$), maka besar F tabel adalah 3,98. Sehingga dapat disimpulkan bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel yaitu $10,331 > 3,98$. Maka dinyatakan bahwa variabel pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku konsumsi.

4.6. Uji Mann-Whitney

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis komparasional, yaitu analisis data yang bersifat hubungan perbedaan antara variabel yang satu dengan yang lainnya atau antara fakta yang satu dengan yang lainnya. Untuk hasil dari data yang ada dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Mann-Whitney

Test Statistics^a

	PERILAKU_KONSUMSI
Mann-Whitney U	325.000
Wilcoxon W	955.000
Z	-3.422
Asymp. Sig. (2-tailed)	.001

a. Grouping Variable: FAKULTAS

Sumber : Data Primer Diolah 2015

Dari hasil di atas pada baris Asymp Sig terlihat bahwa nilai probabilitas 0,001, dibandingkan dengan nilai alpha 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas lebih kecil daripada nilai alpha, $0,001 < 0,05$ dan H_0 ditolak. Berarti bahwa ada perbedaan antara perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII.

4.7. Pembahasan

4.7.1. Aspek Perilaku Konsumsi

Dalam penelitian ini, perilaku konsumsi merupakan variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi. Variabel pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua sebagai variabel yang mempengaruhi (independen). Apabila variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh variabel-variabel tersebut. Pengaruh signifikansi dapat diketahui dengan

melakukan uji t dan uji F. Sedangkan untuk melihat pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen maka dilakukan uji regresi linier berganda.

Dari hasil regresi linier berganda diperoleh bahwa jika variabel pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi bernilai nol, maka nilai variabel dependen yaitu perilaku konsumsi bernilai 5,726 yang mana merupakan nilai konstanta. Jadi, apabila variabel-variabel independen tersebut naik satu satuan, maka variabel perilaku konsumsi akan naik sebesar 5,726 satuan. Sedangkan apabila variabel-variabel independen turun satu satuan, maka perilaku konsumsi juga turun sebesar 5,726 satuan.

4.7.2. Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Terhadap Perilaku Konsumsi

Berdasarkan uji parsial, dapat diketahui bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa terhadap perilaku konsumsi. Dinyatakan dari hasil output atau nilai t hitung yang lebih kecil daripada t tabel yaitu $1,158 < 1,996$.

Menurut teori Lawrence Green bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku individu atau kelompok salah satunya adalah pengetahuan.⁶Namun,dari hasil pada penelitian ini, menunjukkan penolakan terhadap teori tersebut, dimana pengetahuan mahasiswa tidak berpengaruh signifikan, dapat dilihat juga dari isian kuesioner para responden pada pertanyaan 1-3 variabel pengetahuan mahasiswa (X1),

⁶Soekidjo Notoatmojo, *Pendidikan*, hal. 139-140

banyak dari mahasiswa menyatakan ketidak setujuan terkait adanya pengaruh pengetahuan mahasiswa terhadap perilaku konsumsi. Bahwa banyak dari mereka menganggap pengetahuan yang mereka miliki, khususnya yang diperoleh dari kampus tidak mempengaruhi perilaku konsumsi mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Sedangkan, dilihat dari uji regresi bahwa pengetahuan mahasiswa memiliki nilai koefisien sebesar 0,181. Apabila variabel pengetahuan mahasiswa naik atau turun satu satuan, maka perilaku konsumsi naik atau turun sebesar 0,181. Angka koefisien variabel tersebut cenderung kecil dibandingkan dengan variabel yang lain karena pengetahuan mahasiswa tidak berpengaruh signifikan. Meskipun pengetahuan yang diperoleh dari bangku kuliah oleh mahasiswa itu berbeda, baik Ekonomi Islam yang berujuan falah dan ilmu ekonomi yang bertujuan value di masa depan, namun dalam penelitian ini pengaruh dari pengetahuan mahasiswa yang berbeda tersebut tidak mempengaruhi perilaku konsumsi para mahasiswa.

4.7.3. Pengaruh Latar Belakang Sosial Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi

Sesuai dengan hasil uji t atau uji parsial, bahwa variabel latar belakang sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi, dilihat dari t hitung yang lebih besar dari t tabel, yaitu $4,495 > 1,996$.

Seperti yang dikemukakan Bahrein, bahwa status sosial orang tua cenderung merujuk pada kondisi

ekonomi dan sosial seseorang, berkaitan dengan jabatan (kekuasaan), dan peranan yang dimiliki orang bersangkutan di dalam masyarakat. Status cenderung memperlihatkan tingkat kedudukan seseorang dalam hubungannya dengan status orang lain berdasarkan suatu ukuran tertentu. Ukuran atau tolok ukur yang dipakai didasarkan pada salah satu atau kombinasi yang mencakup tingkat pendapatan, pendidikan, prestise atau kekuasaan.⁷ Hasil dari penelitian ini menguatkan teori terkait pengaruh darilatar belakang dan sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi, seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Dapat dilihat dari pekerjaan yang dimiliki orang tua para responden, hal tersebut bisa mempengaruhi jumlah uang saku yang diberikan kepada mahasiswa, serta edukasi tentang perilaku konsumsi oleh orang tua. Hal tersebut dirasa mempengaruhi perilaku konsumsi para mahasiswa pada realitanya. Diperkuat dengan hasil isian kuesioner para responden dengan memberi penilaian setuju dan sangat setuju kususnya untuk pertanyaan ke 1 hingga ke 3 bahwa orang tua mengajarkan tentang perilaku konsumsi kepada mereka, memberikan uang saku sesuai kebutuhan mereka yang disesuaikan dengan pendapatan masing-masing.

Sedangkan sesuai dengan hasil uji regresi liner berganda bahwa nilai koefisien dari latar belakang sosial orang tua sebesar 0,692. Apabila latar belakang sosial orang tua naik atau turun satu satuan, maka perilaku konsumsi akan bertambah atau turun 0,692 satuan.

⁷Bahreïn, *Sosiologi Pedesaan*, hal. 139

4.7.4. Perbandingan Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI dan Ilmu Ekonomi FE UII

Dari hasil olah data primer dengan menggunakan uji *Mann Whitney*, bahwa pada baris Asymp Sig terlihat nilai adalah sebesar probabilitas 0,001, dibandingkan dengan nilai alpha 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas lebih kecil daripada nilai alpha, $0,001 > 0,05$ dan H_0 diterima. Berarti bahwa ada perbedaan yang signifikan antara perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Islam FIAI dan Ilmu Ekonomi FE UII.

Dapat dilihat dari isian kuesioner para responden pada variabel perilaku konsumsi (Y) dimana butir-butir pertanyaan yang diajukan telah disesuaikan dengan landasan teori terkait perilaku konsumsi khususnya dengan prinsip Ekonomi Islam. Parameter dalam penentuan jenis pertanyaan yang ada dalam kuesioner adalah kehalalan produk, perbedaan di antara kebutuhan dan keinginan, sifat hemat, serta keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran. Hal tersebut menguatkan teori yang telah dikemukakan Yusuf Qardhawi, bahwa dalam berperilaku konsumsi ada beberapa norma-norma yang perlu diperhatikan, yaitu tidak melakukan kemubadziran, tidak hidup mewah dan boros, menjauhi berhutang dan sederhana.⁸

Untuk isian atau hasil kuesioner dari mahasiswa Ekonomi Islam bahwa mereka bersikap lebih Islami dibandingkan dengan mahasiswa Ilmu Ekonomi, hal tersebut dapat dilihat bahwa dominasi dari jawaban untuk variabel dependen ini adalah setuju dan sangat

⁸M. B. Hendrie, *Pengantar Ekonomi Mikro Islam*, hal. 139-142.

setuju, berarti mereka memperhatikan kehalalan produk dan jasa yang digunakan, bersifat hemat meskipun uang saku yang diberikan lebih, mendahulukan kebutuhan dibandingkan keinginan, serta mempertimbangkan kesesuaian antara pendapatan dan pengeluaran. Hal-hal tersebut mencerminkan dari ciri-ciri dan sesuai norma dalam perilaku konsumsi Islam.

Sedangkan pada mahasiswa Ilmu Ekonomi FE UII, sesuai dengan isian kuesioner yang ada pada variabel perilaku konsumsi (Y) bahwa sebagian dari mereka belum bisa bersikap hemat atau tidak boros ketika uang saku yang diberikan orang tua lebih dari yang dibutuhkan serta belum bisa menyeimbangkan antara pendapatan dan pengeluaran. Hal tersebut ditunjukkan dari pemberian beberapa penilaian kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju pada butir-butir pertanyaan yang diajukan.