

ABSTRAK

Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII 2012)

Oleh:

**Brillyan Octaviani C
12423098**

Sebagai Kota Pendidikan, Yogyakarta banyak ditinggali oleh masyarakat yang berasal dari berbagai macam daerah guna melakukan studi. Universitas Islam Indonesia salah satu Perguruan Tinggi Swasta yang memiliki mahasiswa dari berbagai kalangan lingkungan sosial. Salah satu dari jurusan yang ada pada Perguruan Tinggi ini adalah Ekonomi Islam yang termasuk dalam Fakultas Ilmu Agama Islam. Dapat terbaca dari sudut pandang nama bahwa lingkungan kampus ini berada dalam lingkungan sosial yang Islami. Karena manusia hidup pada suatu lingkungan, sehingga perilaku yang terbentuk pada manusia secara tidak langsung terpengaruh oleh lingkungannya, termasuk pada perilaku konsumsi seorang mahasiswa pada lingkungan ini. Sehingga penelitian ini menganalisis apakah dari lingkungan sosial yang Islami dengan berbagai latar belakang lingkungan sosial individu yang berbeda telah tercermin dalam perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam, khususnya angkatan 2012 dan bagaimana pengaruh lingkungan sosial mahasiswa terhadap perilaku konsumsi perspektif ekonomi Islam.

Penelitian deskriptif kuantitatif ini mengambil sampel responden dengan metode *purposive sampling*, pengumpulan datanya dengan kuesioner, dan pengolahannya menggunakan teknik analisis linier berganda.

Hasil penelitian menggambarkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa Ekis FIAI UII 2012 telah memenuhi prinsip akidah dan amaliah, serta spiritual, namun belum sepenuhnya memenuhi prinsip kesederhanaan. Berdasarkan uji t, bahwa variabel kelompok anutan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami mahasiswa Ekis FIAI UII 2012, karena nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yaitu $0.728 < 2.011$. Besar t hitung untuk variabel keluarga sebesar 2.506, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara keluarga terhadap perilaku konsumsi Islami mahasiswa. Hasil pengujian pengaruh variabel bebas secara simultan diketahui variabel kelompok anutan dan keluarga secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku konsumsi Islami. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,133, artinya 13,3% perilaku konsumsi Islami mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII 2012 dipengaruhi keluarga.

Kata kunci: Kelompok Anutan, Keluarga dan Perilaku Konsumsi Islami

ABSTRACT

The Influence Of The Social Environment Toward Student's Consumption Behavior In Islamic Economic Perspective (Student Of Islamic Economic Study, Faculty of Islamic Science, UII 2012)

By:
Brillyan Octaviani C
12423098

As a center of education city, there are many people from the different cities who come to Yogyakarta for continuing their studies. Universitas Islam Indonesia is one of universities that has many students coming from the divergent social backgrounds. One of the majors in Universitas Islam Indonesia is Islamic Economics which is including of Faculty of Islamic Science. It can be seen according to the major, Islamic Economics is a part of Faculty of Islamic Science. Since human lives in a circle, so that they unconsciously form habits which are often affected by its environment, including to the student's consumption behavior in their circle. Moreover, this research analyzes whether the background of the Islamic social environment has portrays the Islamic Economics student's consumption especially for class of 2012 and it affects to the student social environment how the impacts of the student's social environment based on the consumption behavior perspective of the Islamic Economics major.

This research uses the drescriptive quantitative by taking respondent sample based on purposive sampling method. Furthermore, the writer uses questioners to collect the data and using double linier analysis technique to process the data.

As the result, the writer finds that the consumption of the Ekis FIAI UII 2012 student has followed the principal of aqidah and amaliah also spiritual, however it has not represented the simplicity principle yet. According to the "t" test, it shows that the variable of adherent group has no significant influence to the Islamic consumption of the Ekis FIAI UII's student especially for the class of 2012, it is because of the value of the 't' is smaller than the table of 't' that is $0.728 < 2.011$. The amount of the value of the "t" for the family variable is about 2.506, so it has a significant impact between family and Islamic student's consumption behavior. As the result of the free variables, it is known that the variable of the adherent group and family simultantly has no influence toward the Islamic consumption behavior variable. Adjusted R Square is 0,133, means that 13,3% that of the Islamic consumption behavior by Islamic Economics student of FIAI UII 2012 is affected by family.

Keywords: *Adherent Group, Family and Islamic Consumption Behavior.*