

**PENGARUH PRINSIP KONSUMSI ISLAM, KUANTITAS,  
PRIORITAS DAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSI  
ISLAMI WARGA DUSUN TEPUS WETAN DESA SURODADI  
KECAMATAN CANDIMULYO MAGELANG**

*The Effect of Islam Consumption Principle, Quantity, Priority and Social to  
Islam Consumption Behavior on the Population of Tepus Wetan Village  
Surodadi Village Candimulyo Subdistrict Magelang District*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam dari  
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:  
ASMAYANTIKA  
13423084

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2017**

Yogyakarta, 22 Rajab 1438 H  
15 September 2017 M

**NOTA DINAS**

Hal : SKRIPSI  
Kepada : Yth. **Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam**  
Universitas Islam Indonesia  
Di Yogyakarta.

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomer: 1284/Dek/60/DAS/FIAI/IV/2017 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudari :

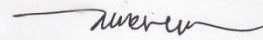
Nama : Asmayantika  
Nomor Pokok/NIM : 13423084  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam  
Tahun Akademik : 2016/2017  
Judul Skripsi : Pengaruh Prinsip Konsumsi Islam, Kuantitas, Prioritas Dan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Warga Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksemplar skripsi yang dimaksud.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Dosen Pembimbing



**Dr. Siti Achiria, SE., MM**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Asmayantika  
NIM : 13423084  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Prinsip Konsumsi Islam, Kuantitas, Prioritas  
Dan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Warga  
Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan  
Candimulyo Magelang

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 12 September 2017





# UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta  
Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiai@uii.ac.id

## PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 3 Oktober 2017  
Judul Skripsi : Pengaruh Prinsip Konsumsi Islam, Kuantitas, Prioritas dan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi Islami Warga Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang  
Disusun oleh : ASMAYANTIKA  
Nomor Mahasiswa : 13423084

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

### TIM PENGUJI:

Ketua : Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag  
Penguji I : H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec.  
Penguji II : Tulasmi, SE, MEI  
Pembimbing : Dr. Siti Achiria, SE, MM

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Yogyakarta, 6 Oktober 2017

Dekan,



Dr. H. Tamiyuz Mukharrom, MA

- Syari'ah/Ahwal Al-Syakhshiyah, Akreditasi A berdasarkan SK No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015
- Pendidikan Agama Islam, Akreditasi A berdasarkan SK No. 502/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2015
- Ekonomi Islam, Akreditasi B berdasarkan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014



## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

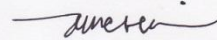
Nama : Asmayantika

NIM : 13423084

Judul : Pengaruh Prinsip Konsumsi Islam, Kuantitas, Prioritas Dan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Warga Dusun Tepetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang

menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 20 April 2017



Dr. Siti Achiria, SE, MM.

## HALAMAN PERSEMBAHAN



Saya persembahkan hadiah kecil ini untuk :  
Kedua orang tua saya H. Supangat dan Ibu Hj. Marliyah, serta adik saya Rahmat Kurnia yang selalu memberikan doa yang tak pernah putus, semangat, kasih sayang, kesabaran, waktu, materi yang tak terbatas nilainya tanpa henti.

### *Ibu dan bapak*

Terima kasih ibu dan bapak atas kasih sayangnnya dan doa yang tak pernah henti dipanjatkan untuk anakmu, jika bukan karena doa kalian mungkin saya tidak bisa seperti ini. Terima kasih semangat yang terus menerus diberikan kepadaku.

### *Adikku tersayang*

Terimakasih sudah memeberikan semangat selama menulis skripsi, terimakasih selalu menjadi tempat berbagi kesenangan dan kesedihan dalam membuat skripsi ini.

### *Sahabat ku tersayang*

Sahabat terdekat saya Prades, Mayar Nugroho, Rifkiana, Ratu, Nurin, Difa dan Syarah yang selalu setia mendengarkan keluh kesah, sabar menghadapi kelakuan saya terima kasih sudah menjadi bagian dalam hidup saya selama ini, saya merasa beruntung memiliki kalian semua. Terimakasih sudah memberikan dukungan yang luar biasa, perhatian waktu canda dan tawa serta kasih sayang dalam menyelesaikan skripsi ini semoga kita menjadi yang terbaik dan semoga bisa menjadi orang yang sukses dikemudian hari dan terus menjalin silaturahmi.

### *Gengs amrinous*

Revi, Cete, Desi dan Linda sebagai teman kosan amrina yang telah bersedia menjadi tempat berkeluh kesah, tempat bertukar fikiran dan selalu menemani dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi.

### *Teman yang Berjasa*

Umam, Thorik, Adi sebagai teman seperjuangan yang telah memabantu dan mendukung penyusunan skripsi ini.

*Teman Ekonomi Islam B*

Teman-teman Ekis B 2013 terimakasih sudah menjadi teman sekelas yang luar biasa, terima kasih sudah bekerja sama selama ini merasa beruntung bisa bertemu dengan kalian.

*Teman Ekis 2013*

Pioner 2013 terimakasih doa, semangat, bantuan yang sangat luar biasa.

“ Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan ”

( Q.S. Al- Insyirah: 5-6)

Hai orang-orang yang beriman, bersahabatlah kamu dan kuatkanlah kesabaran dan tetaplah bersiap siaga dan bertaqwalah kepada ALLAH supaya kamu Menang.

(Ali Imran : 200)

## MOTTO

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ ۚ لِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبُوا ۖ وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبْنَ ۚ وَاسْأَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا

*“Dan janganlah kamu iri hati terhadap apa yang dikaruniakan Allah kepada sebahagian kamu lebih banyak dari sebahagian yang lain. (Karena) bagi orang laki-laki ada bahagian dari pada apa yang mereka usahakan, dan bagi para wanita (pun) ada bahagian dari apa yang mereka usahakan, dan mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”(Q.S An-Nisa’ (32) : 4)*

Orang hebat tidak dihasilkan dari kemudahan, kesenangan, dan kenyamanan. Mereka dibentuk melalui kesulitan, tantangan, dan air mata.

- Dahlan Iskan -



## ABSTRAK

### **PENGARUH PRINSIP KONSUMSI ISLAM, KUANTITAS, PRIORITAS DAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ISLAMI WARGA DUSUN TEPUS WETAN DESA SURODADI KECAMATAN CANDIMULYO MAGELANG**

**ASMAYANTIKA  
13423084**

Pola perilaku konsumsi masyarakat yang tidak sesuai pada prinsip konsumsi Islam saat ini dipengaruhi oleh kondisi ekonomi yang terjadi seperti bermewah-mewahan, *israf*, *tabzir* dan terlalu mempertimbangkan *prestise* yang jauh dari nilai-nilai Islam. Oleh karena itu diperlukan edukasi kepada masyarakat tentang perilaku konsumsi terutama konsumsi dalam perspektif Islam. Di Dusun Tepus Wetan memiliki populasi dan religiusitas yang tinggi. Agar perilaku konsumsi di masyarakat terhindar dari dampak negatif kondisi ekonomi maka diperlukan pola perilaku konsumsi dengan menanamkan prinsip-prinsip konsumsi secara islami sehingga dalam kegiatan konsumsi tidak hanya mendapat keuntungan materil juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat atau mengetahui seberapa besar pengaruh syariah, kuantitas, syariah dan sosial terhadap perilaku konsumsi islami.

Penelitian ini dilakukan di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang Jawa Tengah dengan jumlah sampel yang kemudian peneliti kelompokkan menjadi 75 responden berdasarkan Rumus Slovin. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji *Goodness of Fit* melalui koefisien regresi ( $R^2$ ), uji simultan (F), dan uji parsial (t). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip konsumsi Islam, kuantitas, prioritas dan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami, dengan demikian hipotesis terbukti. Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap perilaku konsumsi Islami adalah variabel prinsip konsumsi Islam. Secara simultan diketahui bahwa nilai probabilitas dan signifikansinya  $0.000 < 0,05$  yang artinya variabelprinsip konsusi Islam, kuantitas, prioritas dan sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Islami di Dusun Tepus Wetan. Berdasarkan nilai *R Square* yang dihasilkan sebesar 0,80 memiliki arti bahwa 80% perilaku konsumsi Islami di Dusun Tepus Wetan dijelaskan oleh variabel prinsip konsumsi Islam, kuantitas, prioritas dan sosial dan 20% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Prinsip Konsumsi Islam, Kuantitas, Prioritas, Sosial, Perilaku Konsumsi Islam**

## **ABSTRACT**

*The Effect of Islam Consumption Principle, Quantity, Priority and Social to Islam Consumption Behavior on the Population of Tepus Wetan Village Surodadi Village Candimulyo Subdistrict Magelang District*

**ASMAYANTIKA**  
**13423084**

*The pattern of public consumption behavior that is not in accordance with the principles of consumption of Islam is currently influenced by economic conditions that occur such as lavish, israf, tabzir and too much considering the prestige of Islamic values. Therefore, it is necessary to educate the public about consumption behavior, especially consumption in the perspective of Islam. In Dusun Tepus Wetan has a high population and religiosity. In order for consumption behavior in society to avoid negative impact of economic condition hence required behavioral pattern of consumption by inculcating the principles of consumption in islami so that in activity of consumption not only get material advantage also at the same time feel spiritual satisfaction. The purpose of this research is to see or know how big influence of sharia, quantity, syariah and social to behavior of islamic consumption.*

*This research was conducted in Tepus Wetan village, Surodadi village, Candimulyo district, Magelang regency of Central Java with the number of samples which the researchers then grouped into 75 respondents based on Slovin formula. Then the analysis of the data obtained in the form of quantitative analysis. Quantitative analysis includes test of validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, Goodness of Fit test through regression coefficient ( $R^2$ ), simultaneous test ( $F$ ), and partial test ( $t$ ). The results of this study indicate that the principle of consumption of Islam, quantity, priority and social significant effect on the behavior of Islamic consumption, thus the hypothesis proved. The most dominant variable affecting the behavior of Islamic consumption is the variable of Islamic consumption principle. It is simultaneously known that the probability value and its significance is  $0.000 < 0.05$  which means that variabelprusi of Islamic concession, quantity, priority and social together influence to behavior of Islami consumption in Tepus Wetan hamlet. Based on the value of R Square generated by 0.80 has the meaning that 80% behavior of Islamic consumption in Tepus Wetan is explained by Islamic principle of consumption, quantity, priority and social variable and 20% explained by other variables not included in this research*

***Keywords: Islam Consumption Principle, Quantity, Priority, Social, Behavior Consumption Islam***

**KEPUTUSAN BERSAMA  
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
REPUBLIK INDONESIA**

Nomor : 158 Th.1987  
Nomor : 0543b/U/1987

**TRANSLITERASI ARAB – LATIN**

**A. Konsonan**

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf,dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

<b>Huruf arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf latin</b>	<b>Nama</b>
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ی	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### 1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I

◌ُ	Dhammah	U	U
----	---------	---	---

## 2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
... وَ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
ذُكِرَ	- žukira
يَذْهَبُ	- yazhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَوَّلَ	- haula

## C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
... اِيَّ ...	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas

... يِ	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... وُ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

#### D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

##### 1) Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

##### 2) Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

##### 3) Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḍah al-aṭfāl

- rauḍatul aṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

-al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ - talḥah



## E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

الْحَجِّ - al-ḥajj

## F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ل namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

- 3) Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

## G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
النَّوْءُ	- an-nau'
سَيِّئٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلٌ	- akala

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ      Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

	Wa innalāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almizān
	Wa auf al-kaila wal mizān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl
	Ibrāhīmūl-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā’a ilaihi sabīla
	Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā’a ilaihi sabīlā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wuḍi’a linnāsi lallażī bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fīh al- Qur’ānu
	Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fīhil Qur’ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn

Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرًا مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحًا قَرِيبًا Naşrun minallāhi wa fathun qarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī'an

Lillāhil-amru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ Wallāha bikulli syai'in 'alīm

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

## KATA PENGANTAR



إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ، وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ  
سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ، أَشْهَدُ  
أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ  
اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى نَبِيِّنَا مُحَمَّدٍ

Segala Puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang tidak pernah tidur dan tidak pernah lalai terhadap segala tindakan hamba-hamba-Nya, yang ridho-Nya diharapkan oleh sekian alam dan ampunan-Nya diminta oleh seluruh makhluk-Nya, Dia-lah tempat mengeluh bagi seluruh hamba-Nya walaupun hamba-Nya sering melupakannya dikala senang, hanya kepada-Nya-lah kami meminta dan memohon pertolongan, Dia-lah yang telah memberikan banyak nikmat kepada manusia yang apabila seluruh tetesan air yang ada di lautan menjadi tinta dan seluruh batang pohon yang ada menjadi pena maka tidak akan pernah cukup untuk menuliskan banyaknya nikmat yang diberikan oleh Allah SWT. Shalawat serta salam senantiasa kami haturkan kepada junjungan kita Baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Sebagai sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam di Universitas Islam Indonesia, maka penulis menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Syariah, Kuantitas, Prioritas dan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Warga Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang”

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak bisa lepas dari bimbingan, dorongan, dan bantuan baik materil maupun nonmateril dari berbagai pihak, oleh karena itu perkenankanlah penulis menghaturkan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Nandang Sutrisno, SH., M.Hum.m LLM., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. H. M. Tamyiz Mukharram, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Dra. Rahmani Timorita Y., M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Dr. Siti Achiria, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih banyak untuk doa, dukungan, waktu, motivasi dan kesabaran ibu selama ini dalam memberikan pengarahan dan bimbingan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan hasil baik dan memuaskan.
5. Segenap dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis, yang telah banyak membantu serta memberikan motivasi untuk terus belajar. Semoga kemanfaatan ilmu yang diberikan dapat terus mengiringi penyusun sampai akhir hayat.
6. Karyawan-karyawan FIAI yang telah memudahkan segala urusan administratif baik yang berkaitan dengan penyelesaian skripsi ini maupun selama proses perkuliahan.
7. Seluruh warga Dusun Tepus Wetan, khususnya Pak Munaji selaku Kepala Dusun Tepus Wetan yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian di tempat tersebut, sehingga memudahkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini tidak bisa lepas dari bimbingan, dorongan, dan bantuan baik materil maupun nonmaterial dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati, penyusun mohon maaf kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata karena kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri.

Semoga dengan penulisan skripsi ini tidak hanya untuk nama UII saja, namun yang tidak kalah pentingnya bahwa apa yang dikerjakan semata-mata untu meneguhkan nilai-nilai keislaman. Semoga cita-cita mulia kita selalu mendapat ridho dan selalu diberikan petunjuk dalam menghadapi setiap masalah yang akan kita hadapi kelak.

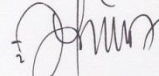


Semoga setiap jengkal langkah yang kita perbuat, setiap tetes keringat yang jatuh untuk

menjalankan kegiatan ini diberikan ganjaran yang setimpal oleh Allah SWT tetap meridhoi kita. Semoga Allah tetap meridhoi UII Amin.

Yogyakarta, 16 Agustus 2017

Penyusun,



Asmayantika

## DAFTAR ISI

NOTA DINAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
TRANSLITERASI ARAB – LATIN.....	xi
KATA PENGANTAR .....	xix
DAFTAR ISI.....	xxiii
DAFTAR TABEL.....	xxvi
DAFTAR GAMBAR.....	xxvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	9
A. Telaah Pustaka .....	9
B. Konsumsi Intertemporal Konvensional .....	20
C. Konsumsi Konsumen Muslim.....	22
1. Prinsip Konsumsi Islam .....	25
2. Prinsip kuantitas .....	26
3. Prinsip prioritas .....	26
4. Prinsip sosial .....	26
D. Perilaku Konsumen Muslim .....	28

E. Etika Konsumsi Islam .....	29
F. Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Desain Penelitian .....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
C. Objek Penelitian.....	36
D. Populasi dan Sampel .....	37
1. Populasi .....	37
2. Sampel .....	37
E. Sumber Data.....	38
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Definisi Operasional Variabel.....	40
H. Teknik Analisis Data .....	42
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas .....	42
I. Uji Asumsi Klasik.....	43
1. Uji Normalitas .....	43
2. Uji Multikolinearitas .....	43
3. Uji Heteroskedastisitas .....	44
J. Uji Hipotesis .....	44
1. Analisis Regresi Berganda .....	44
2. Uji Parsial (Uji t) .....	45
3. Uji Simultan (Uji F) .....	45
4. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	46
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
1. Gambaran Umum Dusun Tepus Wetan .....	47
B. Deskripsi Data Penelitian.....	48
C. Pengujian Instrumen .....	49
1. Uji Validitas .....	49
2. Uji Reliabilitas.....	51

D. Analisis Diskriptif Statistik.....	51
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	56
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	56
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	57
E. Analisis Deskripsi Variabel .....	58
1. Tanggapan Responden Terhadap Prinsip Konsumsi Islam.....	59
2. Tanggapan Responden Terhadap Kuantitas .....	60
3. Tanggapan Responden Terhadap Prioritas.....	61
4. Tanggapan Responden Terhadap Sosial .....	61
5. Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Konsumsi Islami.....	62
F. Uji Asumsi Klasik.....	63
1. Uji Normalitas .....	63
2. Uji Multikolinearitas .....	64
3. Uji Heteroskedastisitas.....	64
G. Analisis Regresi Berganda.....	65
1. Uji Regresi Simultan (uji F).....	66
2. Uji Regresi Parsial (uji t).....	66
3. Koefisien Determinasi (adjust. $R^2$ ).....	67
H. Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	75
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jurnal Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3. 1 Indikator Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel Syariah.....	49
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Kuantitas.....	49
Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Prioritas.....	50
Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Sosial .....	50
Tabel 4. 5 Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi Islami.....	50
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4. 8 Jumlah Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	54
Tabel 4. 9 Jumlah Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4. 10 Jumlah Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	57
Tabel 4. 11 Jumlah Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	57
Tabel 4. 12 Deskriptif Variabel .....	59
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Prinsip Konsusi Islam.....	59
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kuantitas.....	60
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Prioritas .....	61
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sosial .....	62
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sosial .....	63
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas .....	64
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data BPS: Konsumsi dan Pengeluaran .....	4
Gambar 4. 1 Presentase Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	52
Gambar 4. 2 Presentase Karakteristik Berdasarkan Usia.....	53
Gambar 4. 3 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	54
Gambar 4. 4 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	55
Gambar 4. 5 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	56
Gambar 4. 6 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	57
Gambar 4. 7 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	58
Gambar 4. 8 Hasil P-Plot Uji Normalitas .....	63
Gambar 4. 9 Hasil Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	65

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sang pencipta telah menganugerahi karunia kenikmatan yang melimpah di bumi. Untuk itu manusia diamanahkan untuk senantiasa menjaga dan mengelola dengan baik. Karunia yang dan amanah yang telah dilimpahkan kepada manusia tersebut sehingga memunculkan tiga masalah dalam kehidupan manusia yaitu seberapa besar barang/jasa yang dibutuhkan atau diperlukan, bagaimana cara menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan serta bagaimana menyalurkan atau mendistribusikan kepada masyarakat adil dan benar. Hasrat manusia untuk memenuhi segala keinginan ini telah melahirkan adanya konsep teori konsumsi.

Manusia merupakan makhluk yang multidimensional, yang pada dasarnya di dalam diri manusia terdapat aspek-aspek yang menggerakkan manusia untuk berbuat dan bertindak dalam memenuhi kebutuhan. Setiap manusia pada dasarnya memerlukan kegiatan konsumsi dalam menjalani kehidupannya, semakin tinggi kebutuhan semakin tinggi tingkat konsumsi. Tingkat konsumsi setiap orang berbeda-beda menyesuaikan tingkat pendapatannya. Tingkat pendapatan yang berbeda-beda menjadi penentu utama konsumsi. Namun meskipun dengan pendapatan yang sama, konsumsinya dapat berbeda.

Menurut bahasa, konsumsi adalah pemakaian barang sehari-hari (Kamisu & Rizal, p. 94). Dalam istilah ekonomi, konsumsi adalah digunakannya jasa-jasa atau benda-benda materil untuk memenuhi keinginan manusia (Winardi, 1971, p. 128). Konsumsi merupakan bagian aktifitas ekonomi selain produksi dan distribusi. Tujuan konsumsi adalah mencari kepuasan tertinggi. Penentuan barang atau jasa untuk dikonsumsi didasarkan pada kriteria kepuasan. Batasan konsumsi adalah kemampuan anggaran. Sepanjang terdapat anggaran untuk membeli barang atau jasa, maka akan dikonsumsi barang tersebut. Dengan kata lain sepanjang dia memiliki pendapatan, maka tidak ada yang bisa menghalanginya untuk mengonsumsi barang yang diinginkan. Sikap seperti ini jelas akan menafikan pertimbangan kepentingan orang lain atau pertimbangan aspek lain seperti kehalalan (P3EI UII, 2008).

Dalam ekonomi islam, ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang menyangkut pada prinsip-prinsip syariah, dalam hal ini juga harus memperhatikan hak-hak fakir miskin. Kajian Islam tentang etika konsumsi sangatlah penting, agar manusia dapat berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk menggunakan kekayaan atau pengeluaran. Jika seseorang dengan pendapatan tinggi, tetapi tidak dapat mengatur pemanfaatannya dengan baik dan ukuran masalah, maka kesejahteraan tidak dapat terpenuhi. Jadi yang terpenting adalah memahami bagaimana cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan yang mengandung manfaat dan kebaikan, supaya kekayaan dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya di jalan yang benar dan mencapai kemaslahatan secara menyeluruh.

Masyarakat Indonesia didominasi oleh masyarakat muslim. Agama Islam sebagai agama yang *rahmatan lil'alam* yang peduli terhadap hamba-Nya, senantiasa memberikan yang terbaik. Firman Allah terkait sesuatu yang baik, yang halal dan yang haram yang akan semakin mengarahkan kita menuju hidup yang lebih sehat. Sehingga jika kita sehat, ibadah kepada Allah akan lebih optimal. Ayat Al-Qur'an tentang halal dan haram Al-Qur'an S. Al-Baqarah : 168). Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ 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.” (QS Al-Baqarah:168)

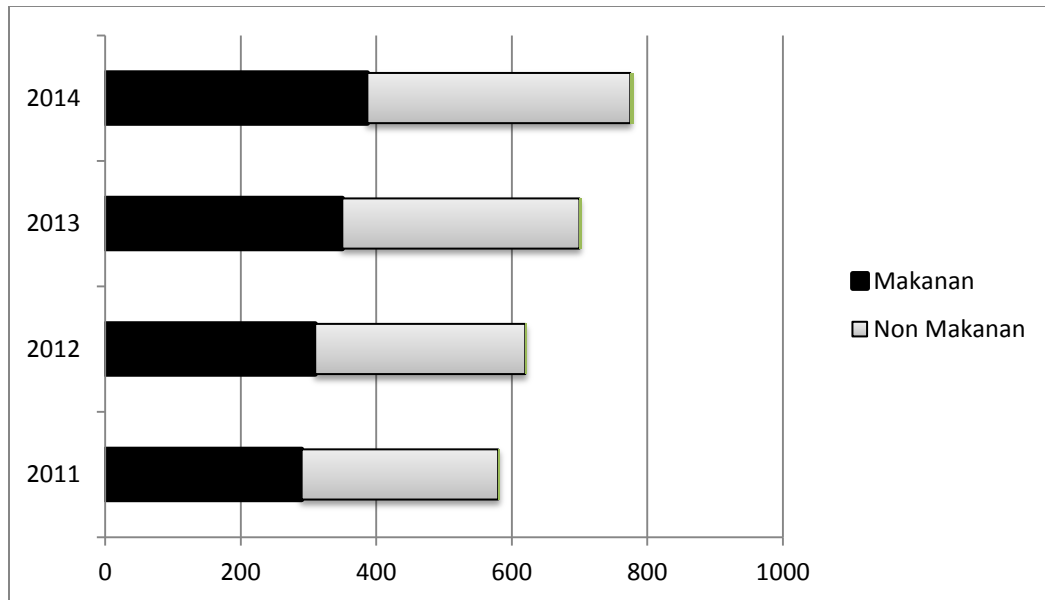
Pada rilis Juni 2017, indeks kepercayaan konsumen di Indonesia mengalahkan China berdasarkan survei dari *Credit Suisse Emerging Consumer Scorecard* (Bisnis.com, 16 Juni 2017). Indonesia bergerak menuju posisi kedua dalam Kartu Skor Kepercayaan Konsumen *Credit Suisse*, mengungguli China, menunjukkan momentum pendapatan terbaik di antara negaranegara yang disurvei. Dengan nilai rata-rata 49%, Indonesia mencatatkan kenaikan year-on-year dari 39%. Kartu skor *Credit Suisse Emerging Consumer* mengukur sentimen konsumen dengan mengacu kepada ekspektasi jangka menengah seputar lima faktor: keuangan pribadi, inflasi, tren pendapatan rumah tangga, keinginan untuk belanja, dan riwayat pendapatan.

Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah konsumen terbesar di dunia. Hanya saja, konsumen di Indonesia belum sepenuhnya sadar terhadap haknya. Dalam berita Metro (Metro News, 2017) Presiden Joko Widodo mengakui masih banyak kasus terjadi di Indonesia yang merugikan bahkan sampai membahayakan konsumen. Hal itu disampaikan Presiden Joko Widodo (Jokowi) saat memimpin rapat terbatas bertopik perlindungan konsumen di Kantor Presiden Jakarta, Selasa 21 Maret 2017.

"Edukasi dan perlindungan konsumen harus jadi perhatian. Ini penting, karena selama ini banyak kasus-kasus yang merugikan konsumen. Bahkan sampai membahayakan konsumen," kata Presiden dikutip dari Antara, Selasa 21 Maret 2017. Menurut Presiden, selama lima tahun terakhir konsumsi masyarakat berkontribusi rata-rata 55,94 persen terhadap PDB. Artinya perekonomian nasional masih digerakkan oleh konsumsi. Oleh karena itu, presiden menilai pentingnya edukasi konsumen yang sangat diperlukan karena dibandingkan dengan negara-negara lain konsumen Indonesia baru pada tahap paham haknya tapi belum mampu memperjuangkan haknya sebagai konsumen. Terkait perilaku pengaduan konsumen, konsumen Indonesia masih tergolong rendah karena secara rata-rata hanya 4,1 pengaduan konsumen yang diterima dari satu juta penduduk Indonesia. Sementara di Korea misalnya sebanyak 64 pengaduan konsumen terjadi di setiap satu juta penduduk.

Selain itu (Metro News, 2017) menurut Presiden Jokowi, perilaku konsumsi masyarakat juga harus diarahkan untuk tidak terjebak pada penyakit konsumerisme serta mampu untuk melakukan konsumsi yang bersifat jangka panjang seperti gemar menabung atau diinvestasikan pada sektor-sektor produktif. Konsumen juga diajarkan untuk mencintai produk-produk dalam negeri sehingga industri nasional bisa berkembang dan lapangan kerja juga bisa terbuka lebih banyak.

**Gambar 1 1 Konsumsi dan Pengeluaran**



Sumber: Data Badan Pusat Statistik 2016

Berdasarkan data BPS menunjukkan konsumsi masyarakat pada makanan dan non makanan cenderung naik. Keadaan ini menunjukkan preferensi masyarakat Indonesia terhadap makanan dari pada konsumsi yang bukan makanan. Padahal Islam menganjurkan untuk mengkonsumsi makanan sekedarnya. Dilihat dari gambar menunjukkan konsumsi terhadap yang bukan makanan (387682) di tahun 2014 hampirimbang dengan konsumsi makanan (388350). Keadaan ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih cenderung mengutamakan utilitas ketimbang mashlahah, sehingga Indonesia dianggap sebagai pasar yang sangat prospek terutama dibidang kuliner. Islam mengajarkan untuk hidup sederhana tidak bersifat *israf* (royal) dan *tabzir* (sia-sia). Sehingga Konsumsi yang dikeluarkan ummat Islam haruslah sesuai dengan kebutuhan bukan karena memperturutkan hawa nafsu.

Perilaku konsumsi terhadap makanan yang berlebihan ini menyebabkan masyarakat cenderung malas berinvestasi terutama investasi akhirat (sedekah dan sebagainya). Islam menganjurkan bahwa pendapatan tidak hanya terdistribusikan pada konsumsi saja, akan tetapi ada yang harus didistribusikan untuk zakat, infaq, sedekah dan sebagainya. Oleh karena konsep harta dalam Islam bukanlah kepemilikan manusia secara mutlak, melainkan ada hak Allah yang harus di

keluarkan dari pendapatan itu, yaitu untuk kebutuhan investasi ahirat (Sitepu, 2016, p. 104).

Perilaku pola konsumsi masyarakat pastinya dipengaruhi oleh kondisi ekonomi yang terjadi. Seseorang yang mempunyai perilaku konsumtif tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang melainkan mempertimbangkan *prestise* yang melekat pada barang tersebut. Berbagai bentuk rekayasa budaya yang dilakukan oleh kaum kapitalis adalah dengan cara memproduksi symbol-simbol kemewahan dan keanggunan, dan lain-lain agar di konsumsi oleh masyarakat, seolah-olah dijanjikan bahwa barang siapa yang mengkonsumsi produk tertentu maka status sosialnya lebih bergengsi atau berkelas. Maka demikian akan membawa mereka semakin menjauh dari pada perilaku konsumsi islami yang selalu mengedepankan kebutuhan bukan keinginan.

Kehidupan beragama di Dusun Tepus Wetan sangat kuat dan kehidupan yang sangat religius. Semua penduduknya menganut agama Islam dan sangat menjunjung tinggi agamanya dengan berperan dan ikut serta dalam setiap kegiatan keagamaan untuk memperingati hari besar keagamaan yang diadakan di wilayah tersebut. Jadi terbiasa untuk menjalankan ibadahnya dengan rutin sehingga terus berlanjut sampai ia dewasa dan menurunkan kepada anak-anaknya kelak.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh prinsip konsumsi Islam terhadap perilaku konsumsi, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu, akan dilakukan penelitian kepada warga Dusun Tepus Wetan. Alasan melakukan penelitian di Dusun Tepus Wetan yakni karena telah dilakukannya pengamatan yang dilakukan ditempat tersebut selama kurang lebih tiga minggu. Selain dusun tersebut merupakan dusun dengan populasi besar di antara dusun yang lain yang ada di Desa Surodadi dengan kehidupan religius yang mendominasi kegiatan warganya sehingga dijuluki dusun salami. Namun dengan dipengaruhi faktor pendidikan banyak rumah tangga yang belum mempunyai perencanaan keuangan terkait pendapatan dan pengeluaran untuk mencapai tujuan konsumsinya. Berdasarkan prariset menurut pendapat sebagian warga Dusun Tepus Wetan bahwa perencanaan keuangan dianggap tidak perlu dilakukan dengan asumsi setiap bulan pengeluaran sama atau pendapatan yang



diterima tidak menentu. Karena tingkat religiusitas apabila tidak dibarengi dengan pemahaman kaidah-kaidah konsumsi yg tepat dengan merealisasikan pemasukannya untuk kebermanfaatan dunia dan akhirat dalam batas-batas kaidah syariah maka belum mencapai ketepatan dalam ekonomi Islam yang berbeda dengan ketepatan ekonomi konvensional. Atas pertimbangan telah dilakukannya prasurvey selama tiga minggu ditempat tersebut. Maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PRINSIP KONSUMSI ISLAM, KUANTITAS, PRIORITAS DAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ISLAMI WARGA DUSUN TEPUS WETAN DESA SURODADI KECAMATAN CANDIMULYO KABUPATEN MAGELANG JAWA TENGAH”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Mengacu pada uraian latar belakang masalah sebelumnya, maka secara ringkas rumusan masalah yang saya kaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh prinsip syariah, kuantitas, prioritas dan sosial terhadap perilaku konsumsi warga Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang dalam perspektif ekonomi Islam?
2. Apa variabel paling dominan yang mempengaruhi pola perilaku konsumsi warga Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang?
3. Bagaimana prinsip syariah, kuantitas, prioritas dan sosial secara bersama-sama mempengaruhi pola perilaku konsumsi warga Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan pengaruh prinsip syariah, kuantitas, prioritas dan sosial terhadap pola perilaku konsumsi Dusun tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang.

2. Menjelaskan variabel yang paling dominan mempengaruhi pola perilaku konsumsi warga Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang.
3. Menjelaskan variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

#### **D. Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan mafaat bagi berbagai pihak, diantaranya untuk:

1. Kepentingan teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat pula digunakan sebagai acuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya pembahasan tentang pola konsumsi suatu produk yang sesuai dengan Syari'ah.
2. Kepentingan praktis, hasil penelitian ini dapat mengembangkan pola pikir yang mungkin bisa direalisasikan dalam kehidupan sehari-hari. Serta sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan ekonomi dengan prinsip-prinsip sesuai syari'ah.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Bab I dalam penelitian ini membahas tentang pendahuluan yang menggambarkan bentuk, isi, yang dijabarkan dalam: latar belakang masalah merupakan alasan bagi peneliti dalam mengangkat masalah Pengaruh Prinsip Konsumsi Islam, Perilaku Konsumsi Islami, dan warga Dusun Tepus Wetan Magelang. Sebagai tema dalam penelitian ini, rumusan masalah disimpulkan berdasarkan latar belakang masalah yang akan diangkat, tujuan diadakannya penelitian, manfaat dari adanya penelitian yang dilakukan, telaah pustaka membahas mengenai penelitian terdahulu, serta sistematika pembahasan. Pada sub bab telaah pustaka ini diuraikan penelitian-penelitian dan kajian-kajian terdahulu, yang diperoleh dari jurnal yang bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Telaah pustaka ini memuat informasi-informasi dari penelitian-penelitian mengenai kualitas

pembiayaan dan kualitas sumberdaya manusia yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Selanjutnya pada sub bab hipotesis, terdapat jawaban sementara atas permasalahan penelitian penulis.

Bab II menjelaskan mengenai teori-teori yang relevan dengan permasalahan penelitian penulis, seperti konsumsi secara konvensional, prinsip-prinsip konsumsi dan perilaku konsumsi.

Bab III menjelaskan mengenai metode penelitian yakni meliputi metode yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi jenis penelitian, sumber pengambilan data primer, variabel yang digunakan dalam penelitian, instrument penelitian, objek dan lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis data, dan yang terakhir uji validitas dan reliabilitas data penelitian.

Bab IV Pada bab ini berisi tentang analisis terhadap data yang didapatkan dan pembahasan menyeluruh atas penelitian yang dilakukan, peneliti akan mencoba menguraikan tentang pengaruh syariah, kuantitas, prioritas dan sosial terhadap perilaku konsumsi Islam.

Bab V dalam penelitian ini menjelaskan tentang seluruh kesimpulan dari masalah yang telah dibahas sebagai jawaban atas pokok masalah, yang kemudian akan disertakan saran-saran yang diharapkan akan dapat menjadi masukan sebagai tindak lanjut dari penelitian ini.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### A. Telaah Pustaka

Beberapa karya ilmiah yang membahas baik pola konsumsi maupun perilaku konsumsi sejauh ini belum begitu banyak ditemukan karena masih termasuk ilmu yang berkembang saat ini. Untuk mendukung penelitian yang lebih khusus dan mendalam, maka penyusun berusaha melakukan penelitian berdasarkan literatur yang relevan, sesuai dengan pendekatan dalam penelitian ini. Ada beberapa karya ilmiah yang berkaitan dengan pola konsumsi islami, salah satunya dalam Buku karya DR. Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi yang berjudul “Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khathab” salah satunya terdapat bahasan tentang kaidah-kaidah konsumsi dalam Islam yang disimpulkan riwayat-riwayat yang terdapat dalam fikih ekonomi Umar *Radhiyallahu Anhu*(Al-Haritsi J. b., 2006). Dalam penelitian yang terdahulu, penelitian pertama sampai dengan kedelapan merupakan jurnal, dan dua yang terakhir dalam bentuk skripsi.

*Pertama*, Pada penelitian pertama dan kedua dijelaskan bahwa keduanya mendeskripsikan tentang teori dasar konsumsi dan fungsinya secara mendalam. Hasil dari penelitian yang pertama dengan judul “*Teori Konsumsi Islam*” yang disusun oleh Arif Pujiyono menjelaskan bahwa konsumsi merupakan bagian aktifitas ekonomi yang sangat vital bagi kehidupan manusia. Teori konsumsi islam membatasi konsumsi berdasarkan konsep harta dan berbagai jenis konsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam demi keberlangsungan dan kesejahteraan manusia itu sendiri. Dalam islam aktifitas konsumsi telah diatur dalam bingkai syariah, sehingga dapat menuntun seorang muslim agar tidak terjerumus dalam keharaman dan apa yang dikonsumsinya menjadi berkah.

*Kedua*, jurnal dengan judul “*Pola Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*” tujuan pada penelitian kedua yang disusun oleh Haroni Doli H. Ritonga diharapkan menjadi stimulus bagi kalangan ekonom untuk menggali dan mengembangkan teori konsumsiIslam dengan menyimpulkan tujuan penggunaan pendapatan tidak hanya untuk kepentingan individu tetapi juga untuk kepentingan bersama yang

diimplementasikan dalam bentuk ZIS. Islam membatasi konsumsi dengan pengendalian diri yang didasarkan pada prinsip-prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas. Semua dilakukan dalam rangka mencari ridha Allah SWT yang tulus. Suatu pola konsumsi yang dapat menghindari ketamakan manusia dari sifatnya sebagai homo economicus. Namun demikian, karena sudah berabad-abad lamanya ekonomi Islam tidak mendapat perhatian akademis dan perkembangan ekonomi dunia semakin dikendalikan oleh liberalisme dan kapitalisme, maka pola konsumsi yang Islamy menjadi tidak dikenal, apalagi diamalkan.

*Ketiga*, jurnal penelitian lebih spesifik mengenai pola perilaku konsumsi dari segi religiusitas dengan judul “*Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau dari Tingkat Religiusitas*” yang telah dilakukan oleh Yolanda Hani Putriani Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Tekan pola perilaku Islam konsumsibaik dan tidak ada perbedaan antara mahasiswa dari masing-masing program studi. saran untuk penelitian lebih lanjut harus memperdalam perilaku konsumsi Islam berbagai fakultas di Universitas Airlangga.

*Keempat*, pada jurnal penelitian keempat, kelima, dan keenam ketiganya memiliki kesamaan pembahasan yaitu tentang etika perilaku konsumsi dalam perpektif Islam. Hasil dari jurnal penelitan dengan judul “*Etika Konsumsi dalam Islam*” oleh Eka Sakti Habibullah, bahwa sikap pertengahan (*wasathiyah*) adalah sikap yang terpuji dan mulia termasuk didalam masalah komsumsi. Rasulullah saw dalam hadistnya menjelaskan bahkan sebaik baiknya perkara dalam segala urusan adalah yang pertengahan sehingga dalam mengkomsumsi seorang muslim akan jauh dari sifat kikir dan boros. Selanjutnya konsep komsumsi dalam ekonomi konvensional tidak membedakan antara keinginan dan kebutuhan sehingga ketika salah satu atau keduanya tidak dipenuhi maka akan memiliki dampak negatif. Para ulama membedakan antara keinginan (*raghbah*) yang pemenuhannya harus di batasi sesuai pertimbangan prioritas, kemaslahatan dan nilai manfaatnya. Sementara kebutuhan (*hajah*) pemenuhannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup yang sifat pemenuhannya dan perwujudannya sangat mendasar. Kemudian konsumsi Islami

akan mendidik seorang muslim hidup sederhana sehingga dia akan gunakan kelebihan pendapatan yang dimiliki untuk investasi yang positif. Konsumsi Islami juga dapat menjaga kesehatan seseorang karena dia tidak akan mengkonsumsi kecuali makanan yang halal baik secara zatnya dan proses pembuatannya dengan tidak meninggalkan sisi kebersihan. Keimanan seseorang ketika menggunakan anggaran dalam konsumsi mengantarkan kepada kesadaran bahwa dalam hartanya ada hak orang lain yang harus didermakan sehingga daya beli masyarakat menjadi merata yang berdampak kepada geliat ekonomi.

*Kelima*, hasil dari jurnal penelitian dengan judul “*Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*” oleh Andi Bahri S. bahwa yang pertama perilaku konsumsi semestinya dapat memperhatikan aspek-aspek yang tergolong kebutuhan primer (*dharuriyat*) kemudian sekunder (*hajjiyat*) dan trisier (*tahsiniyat*) sesuai dengan semangat *al-maqasid asy-syari’ah*, sehingga dalam memenuhi kebutuhan seseorang konsumen lebih mengedepankan aspek kebutuhan dari pada aspek keinginan demi membatasi kebutuhan dan keinginan manusia yang sifatnya senantiasa tidak terbatas. Kedua, dalam pandangan Islam, perilaku konsumsi harus menghindari perilaku *israf* dan *tabzir* dalam menggunakan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup, sebagai rambu-rambu dalam konsumsi pangan semestinya manusia secara umum dan muslim secara khusus untuk senantiasa menjaga unsur kehalalan dan ketayyiban dalam konsumsi sebagai langkah untuk menjaga kesehatan jasmani dan rohani. Ketiga, Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan agar tercapai aspek materil dan aspek spiritual dalam konsumsi, kedua aspek tersebut akan mencapai dengan memaksimalkan nilai guna dari tiap barang yang dikonsumsi. Sehingga setiap muslim akan berusaha memaksimalkan nilai guna dari tiap barang yang dikonsumsi, yang akan menjadikan dirinya semakin baik dan semakin optimis dalam menjalani hidup dan kehidupan.

*Keenam*, jurnal oleh Sri Wigati yaitu dengan judul “*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengertian perilaku konsumen adalah pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktifitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa. Perubahan teori tingkah laku dapat dipelajari dalam teori perilaku yaitu teori insting, teori

dorongan, teori insentif, teori atributif, teori kognitif, dan teori kepribadian. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Selain hal hal tadi ada faktor lain yang sangat penting dalam pengambilan keputusan konsumen yaitu motivasi. Motivasi itu sendiri sebagai pemberi dan penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala upaya untuk mencapai kepuasan.

*Ketujuh*, untuk dapat menganalisis perilaku konsumen muslim penyusunan dapat berpedoman pada jurnal hasil penelitian dengan judul “*Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*” oleh Sarwono menjelaskan tentang menganalisis perilaku konsumen perspektif ekonomi islam bahwa dalam istilah ekonomi, konsumsi adalah perilaku manusia untuk menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka. Jadi, konsumsi tidak hanya berkaitan dengan pembekuan dan minum, tapi perilaku ekonomi lain seperti membeli dan memakai pakaian seorang, membeli dan mengendarai mobil, dll. Dalam perspektif Islam, perilaku konsumsi didasarkan pada beberapa asumsi (Monzer Kahf) yaitu Islam adalah agama dalam masyarakat, zakat adalah kewajiban, tidak ada riba dalam masyarakat mudharabah diterapkan dalam kegiatan bisnis, dan perilaku konsumen adalah rasional, yaitu untuk mengoptimalkan utilitas.

*Kedelapan*, untuk mengetahui bagaimana menerapkan pemahaman konsumsi Islam di konsumsi muslim tingkah laku dapat menelaah dari jurnal penelitian terakhir dengan judul “*Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim*” oleh Zulfikar Alkautsar yaitu menunjukkan bahwa empat unsur konsumsi Islam yang digunakan sebagai pedoman bagi muslim sementara mereka konsumsi, yaitu: konsumsi produk halal, menghindari konsumsi yang berlebihan (*israf*), membayar zakat, infaq, dan sedekah, dan membuat kebutuhan prioritas. Narasumber mengaku bahwa ada perbedaan dalam perilaku mereka mengkonsumsi sebelum dan setelah mengetahui teori konsumsi Islam.

*Kesembilan*, skripsi Asri Febriani Sarah dengan judul “*Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia*”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor

gaya hidup dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa UPI. Objek penelitian adalah Perilaku Konsumsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Metode penelitian yang digunakan survey eksplanatori dan angket sebagai alat pengumpul data, teknik analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software econometric views (eViews) versi 7 dan SPSS versi 16, serta menyajikan hasil analisis crosstab. Sampel responden yang diambil sebanyak 386 mahasiswa. Hasil penelitian diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,185 atau 18,5%, artinya besarnya sumbangan variabel gaya hidup ( $X_1$ ) dan lingkungan sosial ( $X_2$ ) terhadap variabel perilaku konsumsi ( $Y$ ) sebesar 18,5 %. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh temuan bahwa secara simultan maupun secara parsial variabel gaya hidup dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.

*Kesepuluh*, skripsi Brillyan Oktaviani C dengan judul “*Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII 2012)*”. 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.

Berdasarkan pada pencarian literatur review cukup banyak penelitian yang membahas teori perilaku dan etika konsumsi dalam perspektif Islam sebagai literatur review pendukung yang relevan dalam penyusunan skripsi namun penyusun tidak menemukan penelitian atau jurnal yang mengangkat variabel syariah, kuantitas, prioritas, dan sosial secara bersamaan secara umum melainkan secara khusus seperti



pada skripsi yang mengangkat sebagian variabel dari prinsip-prinsip konsumsi Islam yaitu prinsip sosial dengan dasar teoritis lingkungan tempat individu berinteraksi. Lingkungan yang memiliki beberapa aspek, seperti sikap kemasyarakatan, sikap kejiwaan, sikap kerohanian, dan lain sebagainya. Serta gaya hidup dengan konsep analitis yang diukur melalui aktifitas dan belanja kebutuhan sandang dan pangan, serta belanja kebutuhan tersier dan kebutuhan kesenangan. Untuk yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian ini konsep sosial dan prioritas yang diangkat adalah menurut pandangan ekonomi Islam sebagaimana konsumen muslim memperhatikan kondisi umat sesamanya, sehingga dia tidak memperluas kualitas dan kuantitas konsumsi pribadinya melainkan saling sepenanggungan serta perhatian terhadap skala prioritas konsumsi.

Adapun beberapa karya ilmiah berupa jurnal dan skripsi yang dijadikan literatur dalam penelitian ini, dapat ditelaah dalam tabel berikut di bawah ini.

**Tabel 2.1 Jurnal dan Skripsi Penelitian Terdahulu**

No.	Pengarang dan Tahun Publikasi	Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Arif Pujiyono (2006)	Teori Konsumsi Islami	Mendeskripsikan teori konsumsi islam secara mendalam tentang mempertahankan keberlanjutan kehidupan manusia melalui pembatasan dan, kehati-hatian dalam konsumsi.	Konsumsi merupakan bagian aktifitas ekonomi yang sangat vital bagi kehidupan manusia. Teori konsumsi islam membatasi konsumsi berdasarkan konsep "I'irwst" I MOUNAN Vol. 3 No. 2 / Desember 2006: 196 - 207 206 harta dan berbagai jenis konsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam demi keberlangsungan dan kesejahteraan manusia itu sendiri. Dalam islam aktifitas konsumsi telah diatur dalam bingkai syariah, sehingga dapat menuntun seorang muslim agar tidak terjerumus dalam keharaman dan apa yang dikonsumsinya menjadi berkah.

2.	Haroni Doli H. Ritonga (2010)	Pola Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam	Mendesripsikan fungsi konsumsi dalam ekonomi islam	Tujuan penggunaan pendapatan tidak hanya untuk kepentingan individu tetapi juga untuk kepentingan bersama yang diimplementasikan dalam bentuk ZIS. Islam membatasi konsumsi dengan pengendalian diri yang didasarkan pada prinsip-prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas. Semua dilakukan dalam rangka mencari ridha Allah SWT yang tulus. Suatu pola konsumsi yang dapat menghindari ketamakan manusia dari sifatnya sebagai <i>homo economicus</i> . Namun demikian, karena sudah berabad-abad lamanya ekonomi Islam tidak mendapat perhatian akademis dan perkembangan ekonomi dunia semakin dikendalikan oleh liberalisme dan kapitalisme, maka pola konsumsi yang Islamy menjadi tidak dikenal, apalagi diamalkan. Oleh karena itu tulisan sederhana ini diharapkan menjadi stimulus bagi kalangan ekonom untuk menggali dan mengembangkan teori konsumsi Islam.
3.	Yolanda Hani Putriani (2015)	Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau dari Tingkat Religiusitas	Untuk mengetahui bagaimana pola perilaku konsumsi Islami mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga dalam memilih makanan halal dan thayyib ditinjau dari tingkat religiusitas.	1. Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, hendaknya lebih memperbanyak ilmu konsumsi Islami terutama yang beragama Islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. JESTT Vol. 2 No. 7 Juli

				<p>2015 580</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pola perilaku konsumsi Islami mahasiswa Universitas Airlangga dari berbagai fakultas, sehingga dapat diketahui perilaku konsumsi Islami seluruh mahasiswa Universitas Airlangga.</li> <li>3. Untuk Departemen lainnya, hendaknya diajarkan Mata Kuliah tentang Perilaku Konsumsi Islami.</li> <li>4. Untuk pemerintah, hendaknya menerapkan kebijakan dalam memperhatikan regulasi produk halal dengan sertifikasi halal.</li> </ol>
4.	Eka Sakti Habibullah	Etika Konsumsi dalam Islam	Untuk mengetahui etika konsumsi yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan (preferensi) yang mengandung masalah (baik dan bermanfaat), agar kekayaan tersebut dimanfaatkan pada jalan yang sebaik-baiknya untuk kemakmuran dan kemaslahatan individu, masyarakat dan rakyat secara menyeluruh.	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Sikap pertengahan (<i>wasathiyah</i>) adalah sikap yang terpuji dan mulia termasuk didalam masalah konsumsi. Rasulullah saw dalam hadistnya menjelaskan bahkan sebaik baiknya perkara dalam segala urusan adalah yang pertengahan sehingga dalam mengkonsumsi seorang muslim akan jauh dari sifat kikir dan boros.</li> <li>b. Konsep konsumsi dalam ekonomi konvensional tidak membedakan antara keinginan dan kebutuhan sehingga ketika salah satu atau keduanya tidak dipenuhi maka akan memiliki dampak negatif. Para ulama membedakan antara keinginan (<i>raghbah</i>) yang</li> </ol>

				<p>memenuhannya harus di batasi sesuai pertimbangan prioritas, kemaslahatan dan nilai manfaatnya. Sementara kebutuhan (<i>hajjah</i>) pemenuhannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup yang sifat pemenuhannya dan perwujudannya sangat mendasar.</p> <p>c. Komsumsi Islami akan mendidik seorang muslim hidup sederhana sehingga dia akan gunakan kelebihan pendapatan yang dimiliki untuk investasi yang positif. Komsumsi Islami juga dapat menjaga kesehatan seseorang karena dia tidak akan mengkonsumsi kecuali makanan yang halal baik secara zatnya dan proses pembuatannya dengan tidak meninggalkan sisi kebersihan. Keimanan seseorang ketika menggunakan anggaran dalam komsusmsi mengantarkan kepada kesadaran bahwa dalam hartanya ada hak orang lain yang harus didermakan sehingga daya beli masyarakat menjadi merata yang berdampak kepada geliat ekonomi.</p>
5.	Andi Bahri S. (2014)	Etika Konsumsi dala Perspektif Ekonomi Islam	Tujuan tulisan ini membahas bagaimana perilaku konsumsi di masyarakat, bagaimana anjuran Islam dalam berkonsumsi, dan bagaimana semestinya perilaku konsumsi	Perilaku konsumsi semestinya memperhatikan aspek-aspek yang tergolong kebutuhan primer ( <i>daruriyyah</i> ) kemudian sekunder ( <i>hajjiyat</i> ) dan trisier ( <i>tahsiniyyah</i> ) sesuai dengan semangat al-maqasi al-syariah. Dalam

			menurut pandangan ekonomi islam	pandangan Islam, perilaku konsumsi harus menghindari perilaku israf dan tabzir dalam menggunakan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam hal konsumsi pangan, umat Islam harus senantiasa menjaga unsure kehalalan dan ketayyibanan. Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan agar tercapai aspek materil dan aspek spiritual dalam konsumsi, kedua aspek tersebut akan mencapai dengan memaksimumkan nilai guna dari tiap barang yang dikonsumsi.
6.	Sri Wigati	Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam	Untuk mengetahui teori dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan perilaku konsumen yang Islami secara mendalam	Pengertian perilaku konsumen adalah pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktifitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa. Perubahan teori tingkah laku dapat dipelajari dalam teori perilaku yaitu teori insting, teori dorongan, teori insentif, teori atributif, teori kognitif, dan teori kepribadian. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Selain hal hal tadi ada faktor lain yang sangat penting dalam pengambilan keputusan konsumen yaitu motivasi. Motivasi itu sendiri sebagai pemberi dan penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala

				upaya untuk mencapai kepuasan.
7.	Sarwono (2009)	Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam	Menganalisis perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi Islam	Dalam istilah ekonomi, konsumsi adalah perilaku manusia untuk menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka. Jadi, konsumsi tidak hanya berkaitan dengan pembekuan dan minum, tapi perilaku ekonomi lain seperti membeli dan memakai pakaian seorang, membeli dan mengendarai mobil, dll. Dalam perspektif Islam, perilaku konsumsi didasarkan pada beberapa asumsi (Monzer Kahf): (1) Islam adalah agama dalam masyarakat; (2) zakat adalah kewajiban; (3) tidak ada riba dalam masyarakat; (4) <i>mudharabah</i> diterapkan dalam kegiatan bisnis, dan (5) perilaku konsumen adalah rasional, yaitu untuk mengoptimalkan utilitas.
8.	Zulfikar Alkautsar (2014)	Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim	Tujuannya untuk mengetahui bagaimana menerapkan pemahaman konsumsi Islam di konsumsi muslim tingkah laku	Hasil penelitian ini menunjukkan ada empat unsur konsumsi Islam yang digunakan sebagai pedoman bagi muslim sementara mereka konsumsi, yaitu: konsumsi produk halal, menghindari konsumsi yang berlebihan ( <i>israf</i> ), membayar zakat, infaq, dan sedekah, dan membuat kebutuhan prioritas. Informan mengaku bahwa ada perbedaan dalam perilaku mereka mengkonsumsi sebelum dan setelah mengetahui teori konsumsi Islam
9.	Asri	Pengaruh Gaya	Mengetahui	Berdasarkan hasil

	Febriani Sarah (2012)	Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.	pengaruh faktor gaya hidup dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa UPI.	penelitian diperoleh temuan bahwa secara simultan maupun secara parsial variabel gaya hidup dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.
10.	Brillyan Oktaviani C (2016)	Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII 2012)	Mengetahui pengaruh lingkungan sosial dan lingkungan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam.	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. 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.

## B. Konsumsi Intertemporal Konvensional

Dalam ekonomi konvensional terdapat beberapa teori yang menjelaskan perilaku konsumsi, misalnya teori perilaku konsumen dengan pendekatan *marginal*

*utility*, pendekatan *indifference curve*, hingga pendekatan karakteristik. Dalam pendekatan *marginal utility*, tingkat kepuasan seorang konsumen diasumsikan dapat dikuantifikasi dan akan mengikuti suatu pola *law of diminishing marginal utility*. Sementara itu pendekatan karakteristik mencoba menjelaskan bahwa dasar preferensi seorang konsumen adalah pada karakteristik yang terkandung dalam suatu barang atau jasa, bukan wujud barang itu sendiri. Misalnya seorang menyukai nasi karena kandungan karbohidratnya yang tinggi, bukan karena nasi itu sendiri. Akan tetapi, di antara berbagai teori tersebut yang paling populer adalah pendekatan *indifference curve*, di mana utilitas tidak harus dinyatakan secara *cardinal*. Adapaun pendekatan yang digunakan, teori perilaku konsumsi dalam ekonomi tidaklah bebas nilai (*value free*). Pada dasarnya teori-teori tersebut berdiri di atas dua nilai dasar (*fundamental values*) (Anto H. , 2003, p. 120) yaitu:

- (1) Rasionalisme ekonomi (*economic rationalism*), dan
- (2) Utilitarianisme (*utilitarianism*).

Rasionalisme ekonomi mengandung pengertian bahwa setiap konsumen berkonsumsi sesuai dengan sifatnya sebagai *homo economicus*. Secara lebih spesifik konsumen akan bertindak untuk memenuhi kepentingannya sendiri (*self interest*), di mana kalkulasi yang tepat dari setiap perilaku ekonominya untuk mencapai sukses senantiasa diukur dengan capaian-capaian yang bersifat materialistik (Weber, 1958, pp. 52-76)

Secara sederhana makna utilitarianisme, seringkali disebut utilitarianisme hedonis, adalah suatu pandangan yang mengukur benar atau salah (juga baik atau buruk) berdasarkan kriteria ‘kesenangan’ dan ‘kesusahan’ (Capra, 2001)

Kemudian yang dimaksud dengan konsumsi intertemporal adalah konsumsi yang dilakukan dalam dua waktu yaitu masa sekarang (periode pertama) dan akan datang (kedua) (Karim, 2002, p. 65)

Dalam ekonomi konvensional, pendapatan adalah suatu penjumlahan konsumsi dan tabungan yang secara matematis dinotasikan (Arif & Amalia, 2010, p. 134):

$$Y = C + S \quad (6.1.)$$

Di mana: Y = pendapatan; C = konsumsi; S = tabungan



Misalkan pendapatan, konsumsi, dan tabungan pada periode pertama adalah  $Y_1$ ,  $C_1$ ,  $S_1$  dan pendapatan, konsumsi dan tabungan pada periode kedua adalah  $Y_2$ ,  $C_2$ ,  $S_2$ . Maka persamaan di atas dapat ditulis secara matematis sebagai berikut:

Pendapatan pada periode pertama adalah:

$$Y_1 = C_1 + S_1 \quad (6.2.)$$

Pendapatan pada periode kedua adalah:

$$Y_2 = C_2 + S_2 \quad (6.3.)$$

Apabila konsumsi di periode pertama lebih kecil daripada pendapatan, maka tabungan dan konsumsi di periode kedua akan lebih besar.

$$Y_1 = C_1 + S_1, \text{ dan } C_1 < Y_1 \quad (6.4.)$$

$$\begin{aligned} Y_2 &= C_2 + S_2 \\ &= (C_2 + S_1) + S_2 \end{aligned} \quad (6.5.)$$

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa tingkat konsumsi yang akan dilakukan di masa datang sangat tergantung dari tingkat konsumsi yang dilakukan saat ini. Apabila pada saat ini konsumsi yang dilakukan lebih kecil dikarenakan masih adanya sisa pendapatan yang tidak dibelanjakan pada periode sebelumnya.

Dalam keadaan terjadinya selisih antara pendapatan dan jumlah uang yang dibelanjakan untuk konsumsi, perilaku konsumsi dapat dibagi menjadi 3, yaitu:

1. *Lender*, ketika jumlah konsumsi lebih kecil dari pada pendapatan.
2. *Borrower*, ketika jumlah konsumsi lebih besar daripada pendapatan.
3. *Polonius point*, ketika jumlah konsumsi sama dengan jumlah pendapatan.

### C. Konsumsi Konsumen Muslim

Asumsi dasar yang mendasari konsumsi konsumen muslim (Kahf, 1981):

1. System perekonomian yang ada telah mengaplikasikan aturan syariat Islam, dan sebagian besar masyarakatnya meyakini dan menjadikan syariat Islam sebagai bagian integral dalam setiap aktifitas kehidupannya.
2. Institusi zakat telah menjadi bagian dalam suatu system perekonomian dan hukumnya wajib untuk dilaksanakan bagi setiap individu yang mampu.
3. Pelarangan riba dalam setiap aktifitas ekonomi.
4. Prinsip mudharabah dan kerja sama diaplikasikan dalam perekonomian.

5. Konsumen mempunyai perilaku untuk memaksimalkan kepuasannya.

Konsumsi merupakan bagian aktifitas ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi akan terjadi jika manusia memiliki uang (harta). Dalam istilah fikih Hanifah harta (*maal*) merupakan sesuatu yang dicintai manusia dan dapat digunakan pada saat dibutuhkan. Harta dibedakan secara materi dan nilai. Materi bisa berwujud jika manusia menggunakannya sebagai materi. Nilai hanya berlaku jika diperbolehkan secara syariat. Oleh sebab itu dalam Islam harta akan diakui eksistensinya secara bersamaan antara materi dan nilai. Dalam ekonomi nonislam minuman keras, babi, ekstasi dan sejenisnya merupakan suatu materi bahkan dapat bernilai ekonomi tinggi dan diklasifikasikan sebagai harta. Sebaliknya dalam pandangan Islam semua itu bukan dikatakan sebagai harta bahkan merupakan kejelekan. (Pujiyono, 2006, p. 197)

Harta dari segi hak-haknya terbagi menjadi tiga, yaitu milik Allah yaitu milik Allah, milik pribadi dan milik umum (Al-Muslih & As-Shawi, 2004). *Petama*, tidak boleh dimiliki dan tidak boleh dipindahkan. Kebanyakan harta jenis ini adalah bebentuk fasilitas umum, seperti jalan, jembatan dan sebagainya. *Kedua*, tidak mungkin dimiliki atau dipindahkan kepemilikannya kecuali jika secara syariat boleh dipindahkan. Diantara jenis harta ini wakaf yang oleh pewakafnya boleh dipindahkan, atau tanah yang terikat dengan baitul maal. *Ketiga*, boleh dimiliki dan dipindahkan kepemilikannya. Harta jenis ini misalnya adalah harta pribadi yang dilakukan akan jual beli.

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapat 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 (Pujiyono, 2006, p. 198). Konsep 'konsumen adalah raja' menjadi arah bahwa aktifitas ekonomi khususnya produksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan kadar relatifitas dari keinginan konsumen, dimana Al-Qur'an telah mengungkapkan hakekat

tersebut dalam firman-Nya: “*Dan orang-orang kafir itu bersenang-senang (di dunia) dan mereka makan seperti makannya binatang*” (Muhammad: 2).

Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam menaati Allah, yang ini memiliki indikasi positif dalam kehidupannya (Al-Haritsi J. b., 2006, p. 140). Seorang muslim tidak akan merugikan dirinya untuk mendapatkan dan memenuhi konsumsinya pada tingkat melampaui batas., membuatnya sibuk mengejar dan menikmati kesenangan dunia sehingga melalaikan tugas utamanya dalam kehidupan ini. “*Kamu telah menghabiskan rizkimu yang baik dalam kehidupan duniawi (saja) dan kamu telah bersenang-senang dengannya*” (Al-Ahqaf: 20). Maksud rizki yang baik di sini adalah melupakan syukur dan mengabaikan orang lain (Pujiono, 2006, p. 199).

Dalam konsep Islam konsumsi intertemporal dimakanai bahwasanya pendapatan yang dimiliki tidak hanya dibelanjakan untuk hal-hal yang sifatnya konsumtif namun ada pendapatan yang dibelanjakan untuk perjuangan di jalan Allah atau yang lebih dikenal dengan infak. Sehingga persamaannya dapat ditulis sebagai berikut: (Arif & Amalia, 2010, p. 136)

$$Y = (C + \text{infak}) + S \quad (6.7.)$$

Namun untuk mempermudah dalam melakukan analisis grafis maka persamaan di atas disederhanakan menjadi;

$$Y = (C + \text{infak}) + S$$

$$Y = FS + S$$

Di mana FS (*Final Spending*) adalah konsumsi yang dibelanjakan untuk keperluan konsumtif ditambah dengan pembelanjaan untuk infak. Sehingga *final spending* adalah pembelanjaan akhir seorang konsumen muslim.

Dalam pola konsumsi satu periode, sumbu X dan Y menunjukkan jumlah barang X dan barang Y, sedangkan dalam pola konsumsi intertemporal (dua periode), sumbu X menunjukkan jumlah pendapatan, konsumsi, dan tabungan pada periode pertama yang secara matematis dinotasikan  $Y_1$ ,  $C_1$ , dan  $S_1$ . Karena konsumsi dalam konsep Islam yang dikenal adalah  $(C + \text{infak})$ , maka simbol yang digunakan adalah  $FS_1$ . Sumbu Y menunjukkan jumlah tabungan periode pertama ( $S_t$ ) yang digunakan

sebagaimana konsumsi periode kedua ( $C_{t+1}$ ), atau dengan kata lain  $S_t = C_{t+1}$ . Dalam konsep Islam, simbol yang digunakan adalah  $FS_{t+1}$ , atau persamaannya menjadi  $S_t = FS_{t+1}$ .

Menurut Mannan, konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan. Kebutuhan konsumen, yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatannya tetapi juga memberi insentif untuk meningkatkannya. Hal ini mengandung arti bahwa pembicaraan mengenai konsumsi adalah primer, dan hanya bila para ahli ekonomi mempertunjukkan kemampuannya untuk memahami, dan menjelaskan prinsip produksi maupun konsumsi saja, mereka dapat dianggap kompeten untuk mengembangkan hukum-hukum nilai dan distribusi atau hampir setiap cabang lain dari subyek tersebut. (Effendi, 2003, pp. 11-12)

Perbedaan antara ilmu ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi modern. (Mannan, 1997, pp. 44-51)

Konsumsi Islam senantiasa memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum syariat yang mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharat baik bagi dirinya maupun orang lain. Adapun prinsip dasar konsumsi islami sebagai berikut (Al-Haritsi J. b., 2006):

### **1. Prinsip Konsumsi Islam**

Prinsip yang menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi di mana terdiri dari:

- a) Prinsip akidah, yaitu hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan/beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk yang mendapatkan beban khalifah dan amanah di bumi yang nantinya diminta pertanggungjawaban oleh penciptanya.
- b) Prinsip Ilmu, yaitu seorang ketika akan mengkonsumsi harus tahu ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum yang berkaitan

dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya.

- c) Prinsip amaliah, sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi islami tersebut. Seseorang ketika sudah berakidah yang lurus dan berilmu, maka dia akan mengkonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram atau syubhat.

## **2. Prinsip kuantitas**

Prinsip kuantitas sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat Islam di antaranya:

- a) Sederhana, yaitu mengkonsumsi yang sifatnya tengah-tengah antara menghamburkan harta dengan pelit, tidak bermewah-mewah, tidak mubadzir, hemat.
- b) Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, artinya dalam mengkonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya, bukan besar pasak daripada tiang.
- c) Menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kakayaan itu sendiri.

## **3. Prinsip prioritas**

Prinsip prioritas di mana memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu:

- a) Primer, yaitu konsumsi dasar yang harus terpenuhi agar manusia dapat hidup dan menegakkan kemaslahatan dirinya dunia dan agamanya serta orang terdekatnya, seperti makanan pokok.
- b) Sekunder, yaitu konsumsi untuk menambah/meningkatkan tingkat kualitas hidup yang lebih baik, misalnya konsumsi madu, susu dan sebagainya.
- c) Tersier, yaitu untuk memenuhi konsumsi manusia yang jauh lebih membutuhkan

## **4. Prinsip sosial**

Prinsip sosial yaitu memperhatikan lingkungan sosial di sekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat di antaranya:

- a) Kepentingan umat, yaitu saling menanggung dan menolong sebagaimana bersatunya suatu badan yang apabila sakit pada salah satu anggotanya, maka anggota badan yang lain juga akan merasakan sakitnya.
  - b) Tidak membahayakan orang lain, yaitu dengan mengonsumsi justru tidak merugikan dan memberikan mudharat ke orang lain seperti merokok.
5. Kaidah lingkungan, yaitu dalam mengonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungan.
  6. Tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak mencerminkan etika konsumsi islami seperti suka menjamu dengan tujuan bersenang-senang atau memamerkan kemewahan dan menghambur-hamburkan harta.

Semakin tinggi kita menaiki jenjang peradaban, semakin kita terkalahkan oleh kebutuhan fisiologik karena faktor-faktor psikologis. Cita rasa seni, keangkuhan, dorongan-dorongan untuk pamer semua faktor ini memainkan peran yang semakin dominan dalam menentukan bentuk lahiriah konkret dari kebutuhan-kebutuhan fisiologik kita. Dalam suatu masyarakat primitif, konsumsi sangat sederhana, karena kebutuhannya juga sangat sederhana. Tetapi peradaban modern telah menghancurkan kesederhanaan manis akan kebutuhan-kebutuhan ini. Peradaban materialistik dunia Barat kelihatannya memperoleh kesenangan khusus dengan membuat semakin bermacam-macam dan banyaknya kebutuhan-kebutuhan kita.

Kesejahteraan seseorang pun nyaris diukur berdasarkan bermacam-macamnya sifat kebutuhan yang diusahakannya untuk dapat terpenuhi dengan upaya khusus. Pandangan terhadap kehidupan dan kemajuan ini sangat berbeda dengan konsepsi nilai Islami. Etika ilmu ekonomi Islam berusaha untuk mengurangi kebutuhan material manusia yang luar biasa sekarang ini, untuk menghasilkan energi manusia dalam mengejar cita-cita spiritualnya.

Perkembangan batiniah yang bukan perluasan lahiriah, telah dijadikan cita-cita tertinggi manusia dalam hidup. Tetapi semangat modern dunia barat, sekalipun tidak merendahkan nilai kebutuhan akan kesempurnaan batin, namun rupanya telah mengalihkan tekanan ke arah perbaikan kondisi-kondisi kehidupan material.

Sekarang ini, kemajuan, berarti semakin tingginya tingkatan hidup yang mengandung arti meluasnya kebutuhan-kebutuhan, yang menambah perasaan ketidakpuasan dan kekecewaan akan hal-hal sebagaimana adanya, sehingga nafsu untuk mengejar tingkatan konsumsi yang semakin tinggi pun bertambah. Maka, dari segi pandangan modern, kemajuan suatu masyarakat dinilai dari sifat kebutuhan-kebutuhan materialnya. (Mannan, 1997, p. 45)

#### **D. Perilaku Konsumen Muslim**

Teori perilaku konsumen dalam perspektif dibangun atas dasar syariah Islam, yang ternyata memiliki perbedaan mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi (Anto M. H., 2003, p. 123).

Terdapat tiga prinsip dasar yang menjadi fondasi bagi teori perilaku konsumsi, yaitu : keyakinan akan hari kiamat dan kehidupan akhirat, konsep sukses, serta fungsi dan kedudukan harta (Kahf, Theory of Consumption, 1992)

1. Seorang muslim harus meyakini dengan keimanan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat. Pada hari kiamat manusia akan dibangkitkan dari kematiannya, kemudian menerima kalkulasi pahala dan dosa akibat perilakunya di dunia (*yaum al mizan*). Setelah itu manusia akan menjalani kehidupan di surga atau neraka., sesuai dengan pahala dan atau dosa yang dimilikinya, yang bersifat kekal dan abadi. Dengan demikian cakrawala waktu kehidupan menjadi lebih panjang, tidak hanya kehidupan di dunia tetapi juga menjangkau kehidupan setelah mati. Keyakinan ini membawa dampak mendasar pada perilaku konsumsi, yaitu: *Pertama*, pilihan jenis konsumsi akan diorientasikan pada 2 bagian, yaitu yang langsung dikonsumsi untuk kepentingan di dunia dan untuk kepentingan akhirat. *Kedua*, jumlah jenis pilihan konsumsi kemungkinan menjadi lebih banyak, sebab mencakup jenis konsumsi untuk kepentingan akhirat. Jenis konsumsi terakhir ini tidak dicakup dalam rasionalitas Max Weber, kecuali jika memiliki dampak seketika bagi kepuasan manusia.

2. Sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketakwaan kepada Allah merupakan kunci dalam moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan serta menjauhkan diri dari kejahatan. Ketakwaan kepada Allah dicapai dengan menyandarkan seluruh kehidupan hanya karena (niat, *motivation/niyah*) dan hanya untuk (tujuan, *objevtive/ghoyyah*) Allah, dan dengan cara (metode, *method/manhaj*) yang telah pula ditentukan oleh Allah.
3. Harta merupakan anugerah Allah dan bukan merupakan suatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup jika diusahakan dan dimanfaatkan secara benar. Sebaliknya, harta juga dapat menjerumuskan kehidupan manusia ke dalam kehinaan jika diusahakan dan dimanfaatkan tidak sejalan dengan ajaran Islam.

#### **E. Etika Konsumsi Islam**

Konsumsi secara umum didefinisikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam ekonomi islam konsumsi juga memiliki pengertian yang sama, tapimemiliki perbedaan dalam setiap yang melingkupinya. Perbedaan mendasar dengan konsumsi ekonomi konvensional adalah tujuan pencapaian dari konsumsi itu sendiri, cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman syariah islamiyyah (Pujiono, 2006, p. 2).



Etika Islam dalam hal konsumsi sebagai berikut (Naqvi, 1985):

### 1. Tauhid (*Unity/Kesatuan*)

Karakteristik utama dan pokok dalam Islam adalah “tauhid” yang menurut Qardhawi dibagi menjadi dua kriteria, yaitu” *rabbaniyah gayah* (tujuan) dan *wijhah* (sudut pandang) (Qardhawi, 1995).

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT, sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah (syariah). Karena itu, orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintahnya-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugrah yang dicipta (Allah) untuk umat manusia. Adapun dalam pandangan kapitalistis, konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, dan pendapatan, tanpa memedulikan dimensi spiritual, kepentingan orang lain, dan tanggung jawab atas segala perilakunya, sehingga pada ekonomi konvensional manusia diartikan sebagai individu yang memiliki sifat *homo economicus*.

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya : “Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah-Ku.” (QS. Adz-Dzaariyat: 56)

### 2. Adil (*Equilibrium/Keadilan*)

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah SWT.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

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.” (QS. Al-Baqarah: 168)

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي ۖ أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ ۖ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا ۖ فِي الْحَيَاةِ  
الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ

Artinya : “Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang

*mengharamkan) rezki yang baik?” Katakanlah: “Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat. Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui.”(QS. Al-A’raaf: 32)*

Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariah, sehingga di samping mendapatkan keuntungan materiil, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Al-Qur’an secara tegas menekankan norma perilaku ini baik untuk hal hal yang bersifat materiil maupun spiritual untuk menjamin adanya kehidupan yang berimbang antara kehidupan dunia dan akhirat. Oleh karenanya, dalam Islam konsumsi tidak hanya barang-barang yang bersifat duniawi semata, namun juga untuk kepentingan di jalan Allah (*fi sabilillah*).

*وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَسُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيْهَا الْقَوْلُ فَدَمَّرْنَاَهَا تَدْمِيرًا*

Artinya : *“Dan jika Kami hendak membinasakan suatu negeri, maka Kami perintahkan kepada orang-orang yang hidup mewah di negeri itu (supaya mentaati Allah) tetapi mereka melakukan kedurhakaan dalam negeri itu, maka sudah sepantasnya berlaku terhadapnya perkataan (ketentuan Kami), kemudian Kami hancurkan negeri itu sehancur-hancurnya.” (QS. Al-Israa: 16)*

### 3. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Alam semesta merupakan milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk-makhluk-Nya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah. Atas segala karunia yang diberikan oleh Allah, manusia dapat berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah berarti bahwa manusia terlepas dari qadha dan qadar yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah. Sehingga kebebasan dalam melakukan aktifitas haruslah tetap memiliki batasan agar jangan sampai menzalami pihak lain. Hal inilah yang tidak terdapat dalam ekonomi konvensional, sehingga yang terjadi kebebasan yang dapat mengakibatkan pihak lain menjadi menderita.

#### 4. Amanah (*Responsibility*/Pertanggungjawaban)

Manusia merupakan khalifah atau pengemban amanat Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekhilafahan ini dan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah. Dalam hal melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas tetapi akan mempertanggungjawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun di akhirat kelak. Pertanggungjawaban sebagai seorang muslim bukan hanya kepada Allah SWT namun juga kepada lingkungan. Jika ekonomi konvensional, baru mengenal istilah *corporate social responsibility*, maka ekonomi Islam telah mengenalnya sejak lama.

#### 5. Halal

Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan, serta akan menimbulkan kemaslahatan untuk umat baik secara materiil maupun spiritual. Sebaliknya, benda-benda yang buruk, tidak suci (najis), tidak bernilai, tidak dapat digunakan dan juga tidak dapat dianggap sebagai barang-barang konsumsi dalam Islam serta dapat menimbulkan kemudharatan apabila dikonsumsi akan dilarang.

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَحُوتَ الْحَنْزِيرِ وَمَا أَهْلَ بِهِ لغيرِ اللَّهِ ۖ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya : “*Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayan.*” (QS. Al-Baqarah: 173)

كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي ۖ وَمَنْ يَحِلَّ عَلَيْهِ  
غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ

Artinya : “Makanlah di antara rezeki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas padanya, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. Dan barangsiapa ditimpa oleh kemurkaan-Ku, maka sesungguhnya binasalah ia.” (QS. Thaahaa: 81)

## 6. Sederhana

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 semata. Allah akan sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas.

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

Artinya : “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A’raaf: 31)

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

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.” (QS. Al-Maaidah: 87)

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا  
إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al-Israa: 26-27)

Sasaran konsumsi bagi konsumen muslim yaitu:

a. Konsumsi untuk diri sendiri dan keluarga

Tidak dibenarkan konsumsi yang dilakukan oleh seseorang berakibat pada penyengsaraan diri sendiri dan keluarga karena kekikirannya. Allah SWT melarang perbuatan pemborosan dan berlebih-lebihan.

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۖ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ ۚ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا آتَاهَا ۚ سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا

Artinya : *“Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. Dan orang yang disempitkan rezekinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan.”*(QS. Ath-Thallaq: 7)

b. Tabungan

Manusia harus menyiapkan masa depannya, karena masa depan merupakan masa yang tidak diketahui keadaannya. Dalam ekonomi penyiapan masa depan dapat dilakukan dengan melalui tabungan.

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ  
ثُمَّ يَأْتِي مِن بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ هُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُحْصِنُونَ

Artinya : *“Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.”*(QS. Yusuf: 47-48)

c. Konsumsi sebagai tanggung jawab sosial

Menurut ajaran Islam, konsumsi yang ditujukan sebagai tanggung jawab sosial ialah kewajiban mengeluarkan zakat. Hal ini dilakukan untuk menjaga stabilitas untuk menjaga keseimbangan ekonomi. Islam sangat melarang pemupukan harta, yang akan berakibat terhentinya arus peredaran harta, merintanginya efisiensi usaha, dan pertukaran komoditas produksi dalam perekonomian.

## **F. Hipotesis**

Setelah menentukan konsep, langkah berikutnya sebelum mengumpulkan data untuk dijadikan bahan analisis adalah merumuskan hipotesis. Hipotesis dirumuskan berdasarkan kerangka berpikir peneliti yang diperoleh dari pemahaman teori tentang masalah yang diteliti. Hipotesis merupakan suatu yang dianggap benar untuk alasan atau pengutaraan pendapat, meskipun kebenarannya belum dibuktikan.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Prinsip konsumsi Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami

H2 : Prinsip kuantitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami

H3 : Prinsip prioritas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami

H4 : Prinsip sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris, dan sistematis. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 1999, p. 1).

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kuantitatif. Metode kuantitatif bertujuan menggambarkan atau menjelaskan sesuatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan penyusun lebih mementingkan aspek keluasaan data sehingga hasil penelitian mampu mempresentasikan dari populasi objek penelitian (Kriyantono, 2009).

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang Jawa Tengah dengan menyebarkan angket kepada warga setempat. Waktu survey dan pengamatan pada bulan Agustus 2016 dilakukan dalam waktu sebulan. Penelitian dilakukan pada bulan September 2017.

#### **C. Objek Penelitian**

Objek penelitian yang akan diteliti yaitu warga Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang Jawa Tengah.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

(Sugiyono, 2005, p. 117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu 293 KK di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel itu (Sugiyono, 2005, p. 81).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode nonprobability sampling dengan bentuk teknik purposive sampling. Menurut (Arikunto, 2010, p. 183) purposive sampling dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Begitu pula menurut (Sugiyono, 2010, p. 85) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan ketentuan responden yang telah berpenghasilan.

Untuk menentukan berapa ukuran sampel minimal, dapat ditentukan dengan menggunakan perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin dalam (Suliyanto, 2009, p. 100):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

$n$  = Jumlah Sampel Minimal

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = Persentase Kelonggaran Ketelitian Karena Kesalahan Pengambilan Sampel



$$n = \frac{293}{1+293(0,1)^2} = 74,555$$

Dimana :

$n$  = 75 orang

$N$  = 293 KK

$e$  = 0,1

Jadi, dengan adanya perhitungan di atas, maka jumlah pengambilan sampel penelitian minimal adalah 75 responden berdasarkan KK.

## **E. Sumber Data**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan data primer untuk mendukung penelitian yang dilakukan dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan agar penelitian ini menjadi relevan dengan apa yang menjadi pokok penelitian

Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari kejadian yang lalu. Dalam penelitian ini peneliti mengajukan kuisisioner kepada setiap KK di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang Jawa Tengah.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendasar dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2005, p. 117).

Wawancara pada penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi seputar warga dan profil dusun dengan narasumber Pak Munaji selaku Kepala Dusun Tepus Wetan untuk mendukung penelitian ini.

## 2. Kuisisioner (Angket)

Metode kuisisioner merupakan teknik pemngumpulan data atau alat pengumpul informasi yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Tujuan penyusunan kuisisioner adalah untuk memperoleh informasi yang tingkat kebenarannya dan kepercayaannya (validitas dan reliabilitas). (Nasehadin & Gozali, 2012, p. 113)

Dengan menggunakan *Rating Scale*, *Rating Scale* adalah alat pengumpul data yang digunakan dalam observasi untuk menjelaskan, menggolongkan, menilai individu atau situasi. *Rating Scale* merupakan sebuah daftar yang menyajikan sejumlah sifat atau sikap sebagai butir-butir atau item. Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan pengertian. *Rating Scale* adalah salah satu alat untuk memperoleh data yang berupa suatu daftar yang berisi tentang sifat/ciri-ciri tingkah laku yang ingin diselidiki yang harus dicatat secara bertingkat.

### Jenis Rating Scale

Ada beberapa jenis skala rating yang dapat digunakan, yaitu :

- a. Skala grafis
- b. Skala numeris
- c. *Standard rating*
- d. *Cumulated points rating*
- e. *Force choice rating*
- f. *Semantic differential*

Pada penelitian ini penyusun memilih untuk menggunakan skala numeris dalam mengukur dalam menilai individu yang menjawab pertanyaan kuisisioner. Pengukurannya menggunakan *Rating Scale*, yaitu skala yang berisi Sembilan tingkat preferensi jawaban, sebagai berikut:

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10  
 Semakin bernilai kecil ←————→ Semakin bernilai besar

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu upaya pengumpulan data yang berkenaan dengan persoalan yang diteliti yang berupa arsip yang telah dibukukan. Dokumentasi dapat berupa buku, majalah, makalah, artikel, dan tulisan-tulisan lain yang berkaitan dengan topik penelitian (Nasution, 2004, p. 106).

### G. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan meliputi variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh pengaruh variabel lain. (Hasan, 2004, p. 13) Variabel bebas dalam penelitian ini adalah tentang prinsip konsumsi Islam serta variabel terikat yaitu tentang pola konsumsi Islam.

Definisi operasional adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas (Independent Variable) Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah prinsip konsumsi Islam (X1) kuantitas (X2) prioritas (X3) dan sosial (X4)
2. Variabel Terikat (Dependent Variable) Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumsi Islami (Y).

Berikut adalah definisi operasional variabel yang ada dalam penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Indikator Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Keterangan
1.	Prinsip Konsumsi Islam ( $X_1$ )	pertimbangan yang dilakukan seseorang untuk melakukan konsumsi berdasarkan kondisi pada saat ini dan kondisi pada saat yang	a) Prinsip Akidah 1. Konsumsi adalah sarana ibadah dan amanah 2. Pertanggungjawaban di akhirat dalam mengalokasikan harta b) Prinsip Ilmu Pengetahuan dalam membedakan halal dan haram	no. 1  no. 2  no. 3 dan 4

		akan datang dalam perspektif Islam	a) Prinsip Amaliyah Penerapan dalam membedakan halal dan haram	no. 5 dan 6
2.	Prinsip Kuantitas ( $X_2$ )	Kuantitas yaitu tidak cukup bila barang yang dikonsumsi halal, tapi dalam sisi kuantitas (jumlah) nya harus juga dalam batas-batas syariah, yang dalam penentuan kuantitas ini memperhatikan beberapa faktor ekonomis.	a) Sederhan Prinsip hemat dan tidak mubadzir b) Seimbang Kesesuaian antara pemasukan dan pengeluaran c) Investasi Kepentingan dalam pengembangan kekayaan	no. 1 dan 2  no. 3  no.4
3.	Prinsip Prioritas ( $X_3$ )	Prioritas yaitu di mana konsumen harus memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan	a) Primer Kebutuhan utama yang harus dipenuhi b) Sekunder Kebutuhan yang melengkapi kebutuhan primer dan kebutuhan ini baru terpenuhi setelah kebutuhan primer terpenuhi c) Tersier Kebutuhan yang timbul setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi	no. 1  no. 2  no. 3
4.	Prinsip Sosial ( $X_4$ )	Sosial yaitu mengetahui faktor-faktor sosial yang berpengaruh dalam kuantitas dan kualitas konsumsi, yakni memperhatikan lingkungan sosial di sekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat	a) Kepentingan umat Penerapan sikap simpati sosial terhadap lingkungan sekitar a) Tidak Membahayakan Hal-hal yang merugikan orang lain	no. 1 s/d 3  no 4

(Sumber: analisis 2017)

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ferdinand, 2006). Uji validitas biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor total (Sugiyono, 2007). Validitas yang digunakan dalam penelitian ini (*content validity*) menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Ferdinand, 2006). Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah :

- b. Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka variabel tersebut valid.
- c. Jika  $r$  hitung tidak positif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel tersebut tidak valid

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Jadi kata kunci untuk syarat kualifikasi suatu instrumen pengukuran adalah konsistensi atau tidak berubah-ubah (Sugiyono, 2007).

Penelitian ini menggunakan teknik reliabilitas *Interbal Consistency*. Teknik *Interbal Consistency* merupakan suatu pengujian yang dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, dan dari data yang diperoleh dianalisis dengan tertentu. Dalam penelitian ini jawaban kuesioner yang diperoleh dari kuesioner bersifat berjenjang atau tidak bersifat dikotomi (mempunyai dua alternatif jawaban), sehingga akan digunakan teknik pengujian dengan metode *Alpha Cronbach* (Sugiyono, 2007). Menurut (Ghozali, 2009), perhitungan *Alpha Cronbach* dapat menggunakan alat bantu program komputer yaitu *SPSS for Windows 21* dengan menggunakan model Alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai alpha lebih besar dari 0,600.

Uji validitas ini digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya, apakah alat ukur (*questionnaire*) yang digunakan benar-benar memberikan hasil ukur yang sesuai

dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut dalam suatu penelitian ataukah tidak. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. (Ghozali I. , p. 49)

## I. Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan (*valid*) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi. Menurut (Ghozali, 2009), model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2009):

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar

sesama variabel bebas sama dengan nol. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*, dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF berada dikisaran 1 sertatidak lebih dari 10.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresiterjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya heterokedasitas adalah dengan melihat adtidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y_{\text{prediksi}} - Y_{\text{sesungguhnya}}$ ) yang telah di-*standardized* (Ghozali, 2009). Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah (Ghozali, 2009):

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 padasumbu Y, maka tidak terjadiheteroskedastisitas.

## J. Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (syariah, kuantitas, prioritas dan sosial) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Rumus matemastis dari regresi linear berganda yang diganakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan : Y = Perilaku Konsumsi Islami

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Prinsip Konsumsi Islam

$X_2$  = Kuantitas

$X_3$  = Prioritas

$X_4$  = Sosial

## 2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen, apakah variabel kualitas syariah ( $X_1$ ), kuantitas ( $X_2$ ), prioritas ( $X_3$ ) dan sosial ( $X_4$ ) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu perilaku konsumsi islami (Y). Hipotesis yang dipakai:

a.  $H_0 : b_i = 0$

Artinya : variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b.  $H_1 : b_i > 0$

Artinya : variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

a)  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

b)  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

## 3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Pada pengujian ini juga menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Prosedur Uji F ini adalah sebagai berikut :

a. Menentukan hipotesis nol maupun hipotesis alternatifnya :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , berarti tidak ada pengaruh  $X_1, X_2, X_3$ , terhadap Y

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0, X_1, X_2, X_3$ , berarti ada pengaruh terhadap Y

b. Membuat keputusan uji F Jika nilai F lebih besar dari pada 4 maka  $H_0$  ditolak pada derajat kepercayaan 5%, dengan kata lain hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.



#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. (Sentosa & Ashari, 2005, p. 114) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Gambaran Umum Dusun Tepus Wetan**

Dusun Tepus Wetan merupakan salah satu dusun yang ada di Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang Jawa Tengah dengan luas wilayah sebesar  $\pm 2,7$  Ha dan letak geografis dusun ini bagian barat dibatasi dengan Dusun Tepus Kulon, bagian selatan perbatasan dengan Dusun Ngelimbangan, dan bagian timur perbatasan dengan Dusun Daleman, serta bagian Utara perbatasan dengan Dusun Klenteng yang mana tiga bagian barat, selatan, dan utara merupakan bagian dari Kecamatan Pakis. Secara geografis dusun Tepus dikelompokkan kategori Dataran tinggi.

Dusun Tepus Wetan dikepalai oleh Bapak Munaji melalui pemilihan pada tahun 2010, jadi masa kepemimpinannya sudah menginjak hamper tujuh tahun. Secara administrasi dusun tersebut menaungi delapan RT dan empat RW terletak di bagian ujung Desa Surodadi. Seluruh warganya menganut agama Islam dengan jumlah penduduk sebanyak 1.227 penduduk dengan jumlah 293 KK. Tingkat rata-rata pendidikan terakhir warganya antara SD dan SMP. Tingkat kepadatan penduduk untuk dusun ini dapat dikatakan padat sekali sehingga tingkat pemerataan penduduk tidak merata hal ini karena wilayah dikelilingi oleh persawahan, hutan pinus dan perkebunan. Rata-rata mata pencarian warga dusun tersebut yaitu berdagang, buruh, petani, dan wiraswasta. Terdapat industri rumahan seperti industri anyaman dan industri kecil seperti adanya dua pabrik tahu dan tempe.

Dusun Tepus Wetan merupakan salah satu wilayah penghasil komoditi pertanian khususnya tembakau dan tanaman pangan. Terdapat wilayah hutan pinus yang sedang dikembangkan pada sektor pariwisata dengan menggerakkan warga dan inisiatif remaja sekitar sehingga dapat memajukan daerah tersebut dengan meningkatnya produktifitas warga dan adanya pemasukan untuk dusun tersebut. Untuk sarana pendidikan adanya satu unit SD sedangkan sekolah tingkat MI berada di dusun sebelahnya yaitu Tepus Kulon.

Sarana dan kegiatan ibadah Dusun Tepus Wetan terbilang sangat kental. Adanya masjid dan mushola serta sarana TPA yang terpisah antara laki-laki dan perempuan. Sehingga kental dengan kegiatan ibadah baik dari anak-anak sampai penduduk dewasanya. Mulai dari anak-anak dengan kegiatan TPANYA setiap sore dan kegiatan malam hari ba'da isya yaitu yasinan dan tahlilan bapak-bapak dan ibu-ibu menyesuaikan jadwal di setiap RT. Tidak hanya itu, setiap tanggal 13 tiap bulannya ada kegiatan dakwah di masjid setempat yang mengutamakan peserta remaja baik pria maupun wanita dengan sistem rolling perwakilan setiap RT. Sehingga remaja dituntut untuk bisa tampil dan berpengalaman dalam menyampaikan dakwah, tidak hanya dari segi agama serta dapat membiasakan remajanya aktif dan kritis terhadap suatu pernyataan dan permasalahan yang terjadi. Sedangkan rutinitas kegiatan tahunan diisi dengan diadakannya khataman, nyadran dan karnaval dengan menampilkan budaya dan hasil karya dusun tersebut yang telah menjadi pemasukan kas karena hasil karya warga setempat yang tidak jarang diminati oleh masyarakat luar bahkan luar Kabupaten Magelang. Untuk itu dusun ini disebut-sebut sebagai dusun islami.

Harapan warga Dusun Tepus Wetan kedepannya menjadi dusun yang terus berkembang untuk maju baik sarana prasarana, kegiatan ibadah maupun kualitas pendidikan warganya, tetap menjadi masyarakat yang santun dan rendah hati, warganya yang dilimpahkan pekerjaan yang layak serta menjadi masyarakat yang produktif sehingga dapat mengurangi pengangguran.

## **B. Deskripsi Data Penelitian**

Dalam penelitian ini data yang akan dianalisis adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden 75 orang. Responden yang menjadi objek penelitian ini adalah Warga Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang. Alat analisis yang digunakan peneliti adalah aplikasi SPSS 21.0 *for Windows*. Berikut ini adalah hasil dari pengisian kuisisioner dengan total 75 responden.

## C. Pengujian Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas (uji kesalahan butir) adalah alat untuk menguji apakah tiap-tiapbutir benar-benar telah mengungkapkan faktor atau indikator yang ingin diselidiki. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, semakin tepat alat ukurtersebut mengenai sasaran. Pengujian validitas memakai teknik korelasi *Product Moment*. Rtabel untuk 75 responden adalah 0,227. Ringkasan hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan adalah sebagaiberikut:

**Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Syariah**

Item	R-Hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.705	0,227	Valid
Pernyataan 2	0.858	0,227	Valid
Pernyataan 3	0.877	0,227	Valid
Pernyataan 4	0.809	0,227	Valid
Pernyataan 5	0.773	0,227	Valid
Pernyataan 6	0.789	0,227	Valid

*Sumber : data primer 2017*

Hasil uji validitas pada variabel syariah menggunakan SPSS 21 terhadap 75 responden yang diambil secara acak, dari data yang diperoleh dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pada variabel syariah dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari keseluruhan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,227).

**Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Kuantitas**

Item	R-Hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.836	0,227	Valid
Pernyataan 2	0.882	0,227	Valid
Pernyataan 3	0.854	0,227	Valid
Pernyataan 4	0.802	0,227	Valid

*Sumber : data primer 2017*

Hasil uji validitas pada variabel kuantitas menggunakan SPSS 21 terhadap 75 responden yang diambil secara acak, dari data yang diperoleh dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pada variabel kuantitas dinyatakan valid. Hal

tersebut dapat dilihat dari keseluruhan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,227).

**Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Prioritas**

Item	R-Hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.881	0,227	Valid
Pernyataan 2	0.855	0,227	Valid
Pernyataan 3	0.861	0,227	Valid

*Sumber : data primer 2017*

Hasil uji validitas pada variabel prioritas menggunakan SPSS 21 terhadap 75 responden yang diambil secara acak, dari data yang diperoleh dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pada variabel prioritas dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari keseluruhan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,227).

**Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Sosial**

Item	R-Hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.792	0,227	Valid
Pernyataan 2	0.892	0,227	Valid
Pernyataan 3	0.873	0,227	Valid
Pernyataan 4	0.830	0,227	Valid

*Sumber : data primer 2017*

Hasil uji validitas pada variabel sosial menggunakan SPSS 21 terhadap 75 responden yang diambil secara acak, dari data yang diperoleh dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pada variabel social dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari keseluruhan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,227).

**Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi Islami**

Item	R-Hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.861	0,227	Valid
Pernyataan 2	0.739	0,227	Valid
Pernyataan 3	0.834	0,227	Valid
Pernyataan 4	0.902	0,227	Valid
Pernyataan 5	0.790	0,227	Valid

*Sumber : data primer 2017*

Hasil uji validitas pada variabel perilaku konsumsi islami menggunakan SPSS 21 terhadap 75 responden yang diambil secara acak, dari data yang

diperoleh dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pada variabel perilaku konsumsi islami dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari keseluruhan nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel (0,227).

## 2. Uji Reliabilitas

Setelah kuesioner dinyatakan valid, selanjutnya akan diuji reliabilitasnya. Tujuan dari pengujian reabilitas ini adalah untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat diandalkan sebagai alat pengukur. Pengujian ini hanya dilakukan pada butir-butir pertanyaan yang sudah di uji validitasnya dan telah dinyatakan butir yang valid. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas item digunakan rumus *Alpha Cronbach's*. Suatu instrument dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 (Hair et al., 2005).

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Ketentuan Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Status
Syariah	0.883	0,6	Reliabel
Kuantitas	0.862	0,6	Reliabel
Prioritas	0.831	0,6	Reliabel
Sosial	0.867	0,6	Reliabel
Perilaku Konsumsi Islami	0.879	0,6	Reliabel

Sumber : data primer 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti pada tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada masing-masing variabel mendapatkan nilai lebih besar dari 0,6 maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliable. Dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan diatas, maka butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

## D. Analisis Diskriptif Statistik

Deskripsi data penelitian digunakan untuk memberikan gambaran terhadap responden dalam penelitian ini. Karakteristik responden dalam penelitian ini peneliti bagi menjadi delapan karakter, yakni : berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan,

status pernikahan, pekerjaan, penghasilan perbulan, suku, pengeluaran rata-rata perbulan. Deskripsi mengenai karakteristik responden penelitian peneliti jabarkan pada subbab di bawah ini:

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

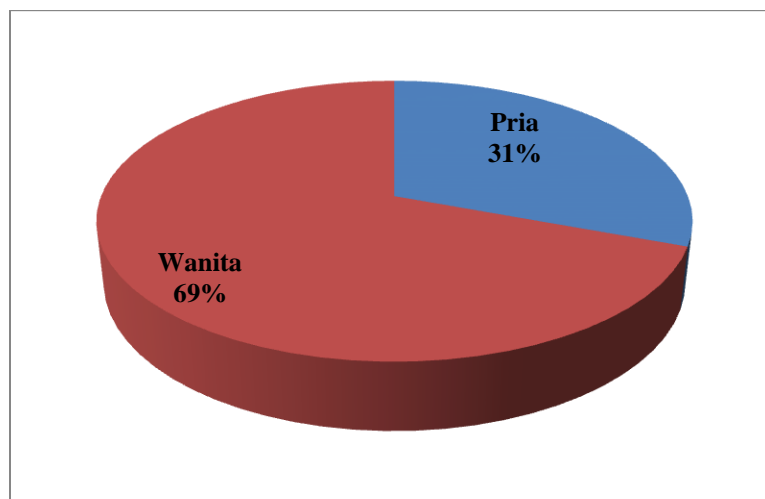
Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin penyusun untuk membedakan responden laki-laki dan perempuan, diperoleh jumlah responden pria sebanyak 23 orang dan 52 orang perempuan. Persentase responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan dalam bentuk tabel dan diagram berikut.

**Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Pria	23	31%
2.	Wanita	52	69%
Jumlah		75	100%

*Sumber: Data Primer 2017*

**Gambar 4.1 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



*Sumber: Data Primer 2017*

Berdasarkan diagram di atas diketahui bahwa responden terbanyak yang diambil adalah berjenis kelamin wanita sedangkan responden pria berjumlah sedikit. Kondisi tersebut menyesuaikan situasi ketersediaan waktu responden untuk dimintai informasi.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

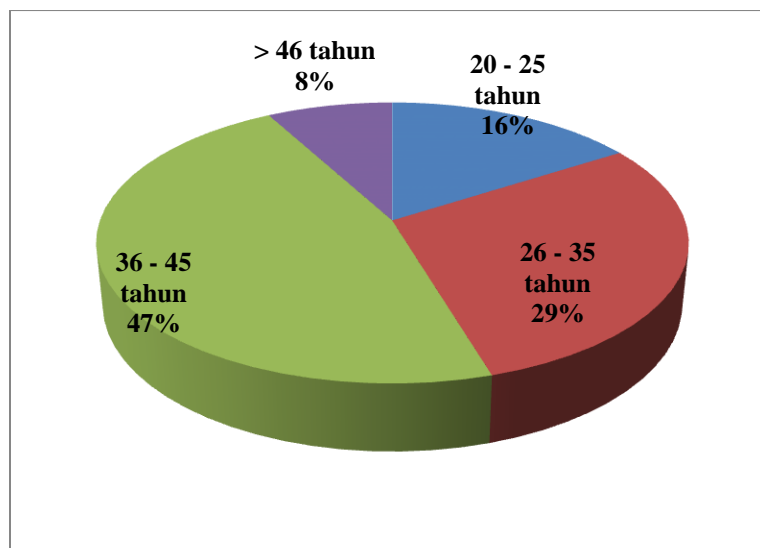
Karakteristik responden berdasarkan usia dibagi ke dalam empat kategori yakni 20 – 25 tahun, 26 – 35 tahun, dan 36 – 45 tahun serta lebih dari 46 tahun. Jumlah responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel dan diagram di bawah ini.

**Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	20 – 25 tahun	12	16 %
2.	26 – 35 tahun	22	29 %
3.	36 – 45 tahun	35	47 %
4.	> 46 tahun	6	8 %
Jumlah		75	100 %

*Sumber: Data Primer 2017*

**Gambar 4.2 Persentase Karakteristik Berdasarkan Usia**



*Sumber: Data Primer 2017*

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden terbanyak yang diambil sampelnya adalah responden yang usianya kurang dari 25 tahun dan responden yang paling sedikit adalah responden yang usianya lebih dari 46 tahun. Penyebaran usia yang seperti ini dapat dimaklumi karena responden dengan usia antara 36 – 45 tahun sebanyak 47%.



### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

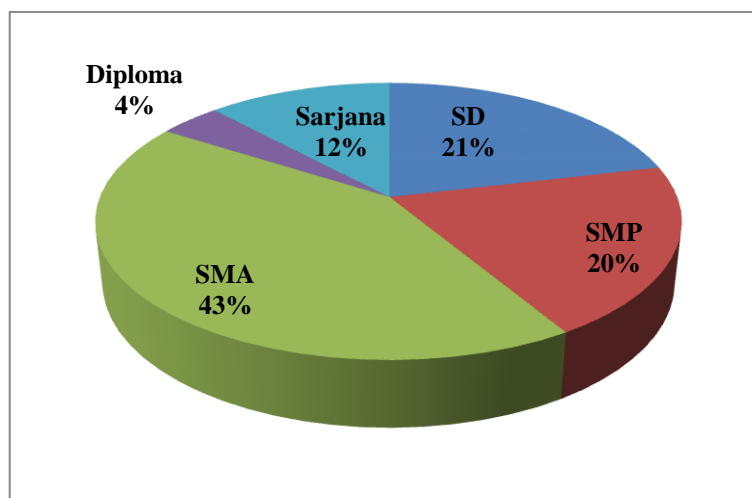
Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penyusni kepada responden dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir warga di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang, Adapun distribusi frekuensi responden berdasarkan jurusan dapat dilihat pada tabel diagram berikut ini:

**Tabel 4.8 Jumlah Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No.	Jenjang Pendidikan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	SD	16	21%
2.	SMP/Sederajat	15	20%
3.	SMA/Sederajat	32	43%
4.	Diploma	3	4%
5.	Sarjana	9	12%
6.	Lainnya	-	-
Jumlah		75	100%

*Sumber: Data Primer 2017*

**Gambar 4.3 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**



*Sumber: Data Primer 2017*

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dengan responden sebanyak 75 orang dengan jenis pekerjaan yaitu wiraswasta, pegawai negeri,

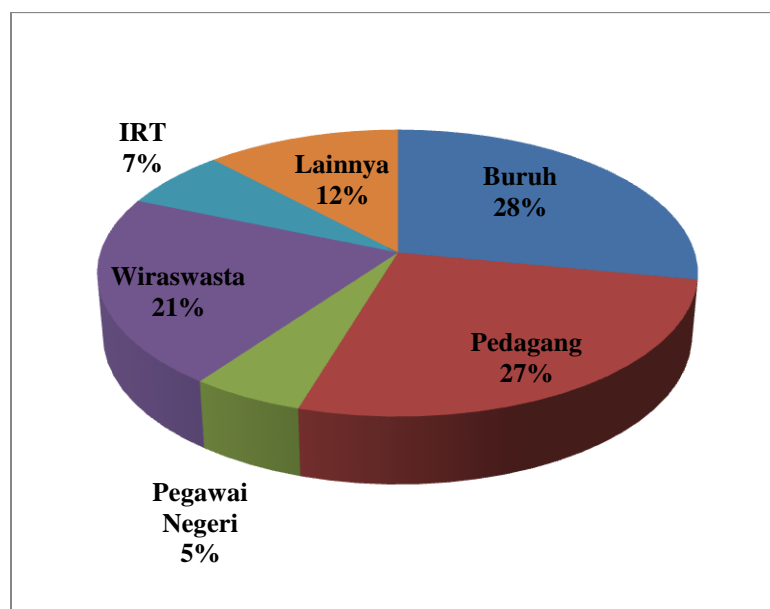
pedagang, buruh, URT dan lainnya, lebih rinci dijelaskan pada tabel dan diagram berikut.

**Tabel 4.9 Jumlah Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	Buruh	21	28%
2.	Pedagang	20	27%
3.	Pegawai Negeri	4	5%
4.	Wiraswasta	16	21%
5.	IRT	5	7%
6.	Lainnya	9	12%
Jumlah		75	100 %

*Sumber: Data Primer 2017*

**Gambar 4.4 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**



*Sumber: Data Primer 2017*

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden pekerjaan berdasarkan pekerjaan paling banyak didominasi oleh pekerjaan buruh dan pedagang dengan selisih satu responden sebanyak 28 % dan 27 % dari seluruh responden.

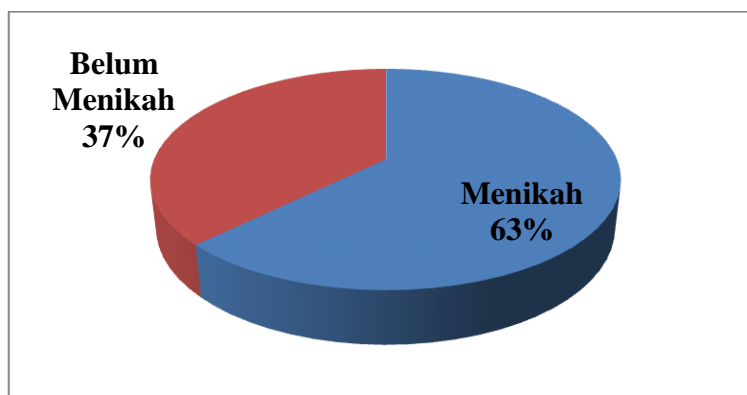
## 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penyusun kepada responden dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan status pernikahan warga di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang.

No.	Status Pernikahan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	Menikah	47	63%
2.	Belum Menikah	28	37%
Jumlah		75	100%

Sumber: Data Primer

Gambar 4.5 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan



Sumber : Data Primer 2017

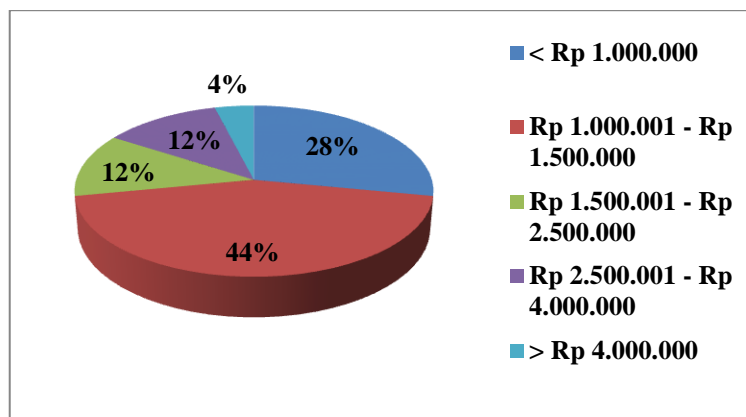
## 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penyusun kepada responden dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan warga di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang, dengan range < Rp 1.000.000, Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000, Rp 1.500.001 – Rp 2.500.000, Rp 2.500.001 – Rp 4.000.000 dan > Rp 4.000.000. Adapun distribusi frekuensi responden berdasarkan pendapatan per bulan dapat dilihat pada tabel dan diagram berikut ini:

**Tabel 4.10 Jumlah Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan**

No.	Penghasilan Perbulan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	< Rp 1.000.000	21	28%
2.	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	33	44%
3.	Rp 1.500.001 – Rp 2.500.000	9	12%
4.	Rp 2.500.001 – Rp 4.000.000	9	12%
5.	> Rp Rp 4.000.001	3	4%
Jumlah		75	100%

Sumber: Data Primer 2017

**Gambar 4.6 Peresentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

Sumber :Data Primer 2017

## 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penyusun kepada responden dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan warga di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang, dengan range < Rp 1.000.000, Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000, Rp 1.500.001 – Rp 2.500.000, Rp 2.500.001 – Rp 4.000.000 dan > Rp 4.000.000. Adapun distribusi frekuensi responden berdasarkan pengeluaran perbulan dapat dilihat pada tabel dan diagram berikut ini:

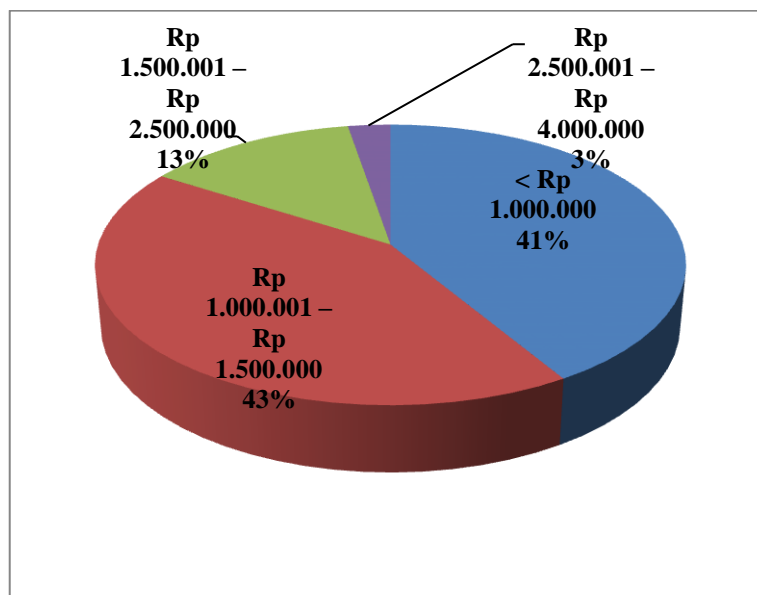
**Tabel 4.11 Jumlah Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan**

No.	Pengeluara Perbulan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	< Rp 1.000.000	31	41%
2.	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	32	43%

3.	Rp 1.500.001 – Rp 2.500.000	10	13%
4.	Rp 2.500.001 – Rp 4.000.000	2	3%
5.	> Rp Rp 4.000.001	-	0%
Jumlah		75	100%

Sumber: Data Primer 2017

**Gambar 4.7 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan**



Sumber : Data Primer 2017

### E. Analisis Deskripsi Variabel

Analisis deskripsi ini merupakan analisis terhadap variabel dependen dan variabel independen. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian analisis terhadap variabel dependen dan independen dibagi menjadi tiga klasifikasi yaitu tinggi, cukup, rendah.

Tabel 4.12 Deskriptif Variabel

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata- Rata	Std. Deviasi
Syariah	75	12	60	50.44	9.127
Kuantitas	75	8	40	31.13	6.593
Prioritas	75	10	30	24.72	4.769
Sosial	75	10	40	31.93	6.941
Perilaku Konsumsi	75	15	50	41.16	7.971

Sumber :Data Primer 2017

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh juga data mengenai tanggapan responden. Adapun data selengkapnya adalah sebagai berikut:

### 1. Tanggapan Responden Terhadap Prinsip Konsumsi Islam

Setelah dilakukan analisis deskriptif dengan SPSS 21 diperoleh hasil yang menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel prinsip konsumsi Islam.

Skor minimum: 12

Skor maksimum : 60

Nilai SD ( $\sigma$ ) : 9,127

Mean : 50,44

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $x \geq (50,44) + 1(9,127)$  atau

:  **$X \geq 59.567$**

Sedang :  $(50,44) - 1(9,127) \leq x < (50,44) + 1(9,127)$  atau

:  **$41.313 \leq X < 59.567$**

Rendah :  $x \leq (50,44) - 1(9,127)$  atau

:  **$X \leq 41.313$**

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Prinsip Konsumsi Islam

Tanggapan	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	6	8.0
Cukup	60	80.0
Tinggi	9	12.0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.0</b>

Sumber :Data Primer 2017

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap

variable prinsip konsumsi islam pada kategori cukup yaitu sebanyak 60 orang atau sebesar 80,0%, diikuti kategori tinggi sebanyak 9 orang atau 12,0%. Sedangkan sisanya dalam kategori rendah sebanyak 6 atau 8,0%. Berdasarkan kondisi tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel prinsip konsumsi Islam termasuk kategori **Cukup**.

## 2. Tanggapan Responden Terhadap Kuantitas

Setelah dilakukan analisis deskriptif dengan SPSS 21 diperoleh hasil yang menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel kuantitas.

Skor minimum : 8

Skor maksimum : 40

Nilai SD ( $\sigma$ ) : 6,593

Mean : 31,13

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $x \geq (31,13) + 1(6,593)$  atau

:  **$X \geq 37,723$**

Sedang :  $(31,13) - 1(6,593) \leq x < (31,13) + 1(6,593)$  atau

:  **$37,723 \leq X < 24,537$**

Rendah :  $x \leq (31,13) - 1(6,593)$  atau

:  **$X \leq 24,537$**

**Tabel 4.14**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kuantitas

<b>Tanggapan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Rendah	11	14.7
Cukup	52	69.3
Tinggi	12	16.0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Data Primer 2017*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variable kuantitas pada kategori tinggi yaitu sebanyak 12 orang atau sebesar 16,0%, diikuti kategori cukup sebanyak 52 orang atau 69,3%. Sedangkan sisanya dalam kategori kurang sebanyak 11 atau 14,7%. Berdasarkan kondisi tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kuantitas termasuk kategori **Cukup**.

### 3. Tanggapan Responden Terhadap Prioritas

Setelah dilakukan analisis deskriptif dengan SPSS 21 diperoleh hasil yang menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel prioritas.

Skor minimum : 10

Skor maksimum : 30

Nilai SD ( $\sigma$ ) : 4,764

Mean : 24,72

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $x \geq (24,72) + 1(4,764)$  atau

:  **$X \geq 29,484$**

Sedang :  $(24,72) - 1(4,764) \leq x < (24,72) + 1(4,764)$  atau

:  **$19,965 \leq X < 29,484$**

Rendah :  $x \leq (24,72) - 1(4,764)$  atau

:  **$X \leq 19,965$**

**Tabel 4.15** Tanggapan Responden Terhadap Variabel Prioritas

Tanggapan	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	10	13.3
Cukup	53	70.7
Tinggi	12	16.0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Data Primer 2017*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel prioritas pada kategori tinggi sebanyak 10 orang atau 13,3%, diikuti kategori cukup sebanyak 53 orang atau 70,7%. Sedangkan sisanya dalam kategori kurang sebanyak 12 atau 16,0%. Berdasarkan kondisi tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel prioritas termasuk kategori **Cukup**.

### 4. Tanggapan Responden Terhadap Sosial

Setelah dilakukan analisis deskriptif dengan SPSS 21 diperoleh hasil yang menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel sosial.

Skor minimum : 10

Skor maksimum : 40



Nilai SD ( $\sigma$ ) : 6,941

Mean : 31,93

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $x \geq (31,93) + 1(6,941)$  atau

:  **$X \geq 38,871$**

Sedang :  $(31,93) - 1(6,941) \leq x < (31,93) + 1(6,941)$  atau

:  **$38,871 \leq X < 44,871$**

Rendah :  $X \leq (31,93) - 1(6,941)$  atau

:  **$X \leq 24,989$**

**Tabel 4.16** Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sosial

Tanggapan	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	13	17.3
Cukup	50	66.7
Tinggi	12	16.0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Data Primer 2017*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel social pada kategori tinggi yaitu sebanyak 12 orang atau sebesar 16,0%, diikuti kategori cukup sebanyak 50 orang atau 66,7%. Sedangkan sisanya dalam kategori rendah sebanyak 13 atau 17,3%. Berdasarkan kondisi tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel social termasuk kategori **Cukup**.

#### **5. Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Konsumsi Islami**

Setelah dilakukan analisis deskriptif dengan SPSS 21 diperoleh hasil yang menjelaskan tanggapan responden terhadap perilaku konsumsi islami.

Skor minimum : 15

Skor maksimum : 50

Nilai SD ( $\sigma$ ) : 7,971

Mean : 41,16

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $x \geq (41,16) + 1(7,971)$  atau

:  **$X \geq 49,131$**

Sedang :  $(41,16) - 1 (7,971) \leq x < (41,16) + 1(7,971)$  atau

:  $49,131 \leq X < 33,189$

Rendah :  $X \leq (41,16) - 1 (7,971)$  atau

:  $X \leq 33,189$

**Tabel 4.17**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sosial

Tanggapan	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	11	14.7
Cukup	55	73.3
Tinggi	9	12.0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Data Primer 2017*

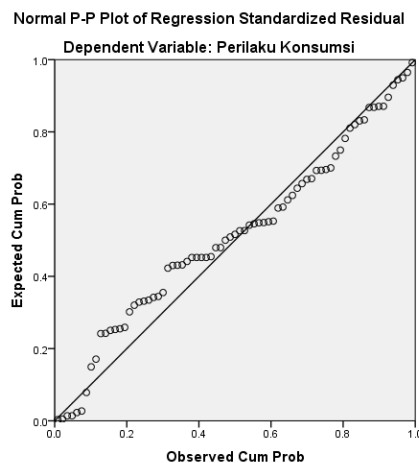
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variable perilaku konsumsi islami pada kategori tinggi yaitu sebanyak 11 orang atau sebesar 14,7%, diikuti kategori cukup sebanyak 55 orang atau 73,3%. Sedangkan sisanya dalam kategori rendah sebanyak 9 atau 12,0%. Berdasarkan kondisi tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel perilaku konsumsi islami termasuk kategori **Cukup**.

## F. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Gambar 4.8** Hasil P-Plot Uji Normalitas



Berdasarkan hasil output spss diatas menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian kesimpulan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolinearitas

Pengujian terhadap asumsi klasik multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolonieritas hanya dapat dilakukan jika terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi cara umum yang digunakan oleh peneliti untuk mendeteksi ada tidaknya problem multikolonieritas pada model regresi adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* harus  $> 0.10$  dan nilai  $VIF < 10$ .Hair, dkk dalam Latan (2013).

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.18** Hasil Uji Multikolinearitas

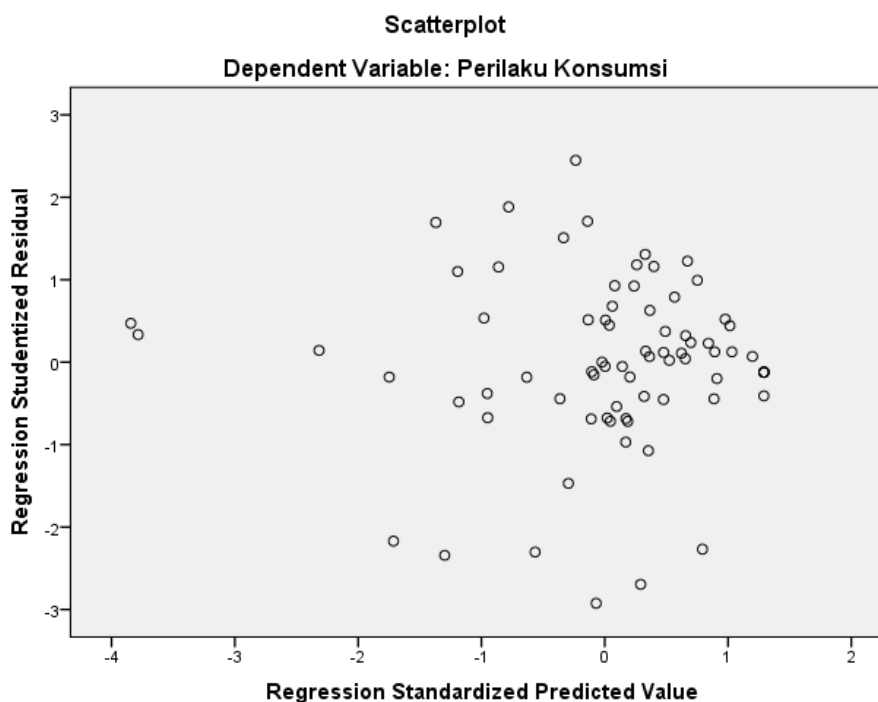
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Syariah	.421	2.374
Kuantitas	.251	3.990
Prioritas	.267	3.745
Sosial	.290	3.444

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance  $> 0,1$  dan  $VIF < 10$ , dengan demikian model yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi multikolinearitas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Suatu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (*disturbance*) yang muncul dalam regresi adalah homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Gambar 4.9 Hasil Scatterplot Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola secara jelas, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi warga dalam berperilaku konsumsi islami, berdasarkan masukan variabel independen syariah, kuantitas, prioritas dan sosial.

### G. Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji pengaruh syariah, kuantitas, prioritas dan sosial terhadap perilaku konsumsi islami digunakan analisis regresi linear berganda. Dalam model analisis regresilinier berganda akan diuji secara simultan (uji F) maupun secara parsial (uji t). Ketentuan uji signifikansi uji F dan uji t adalah sebagai berikut:

Menerima  $H_a$ : jika probabilitas ( $p$ )  $\leq 0,05$  artinya prinsip syariah, kuantitas, prioritas dan sosial secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi islami.

Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	1,392			
Prinsip Konsumsi Islam	0,230	3.296	.002	Signifikan
Prinsip Kuantitas	0,305	2.433	.018	Signifikan
Prinsip Prioritas	0,365	2.170	.033	Signifikan
Prinsip Sosial	0,302	2.725	.008	Signifikan
F hitung	75,154			
Sig F	0.000			Signifikan
R square	0,800			

Sumber : Data Primer 2017

### 1. Uji Regresi Simultan (uji F)

Berdasarkan Regresi Simultan, diperoleh nilai F-hitung sebesar 75,154 dengan probabilitas ( $p$ ) = 0,000. Berdasarkan ketentuan uji F dimana nilai probabilitas ( $p$ )  $\leq$  0,05, prinsip syariah, kuantitas, prioritas dan sosial secara simultan mampu memprediksi warga dalam berperilaku konsumsi islami. Dengan demikian hipotesis diterima.

### 2. Uji Regresi Parsial (uji t)

$$Y = 1.392 + 0.230X_1 + 0.305 X_2 + 0.365 X_3 + 0.302 X_4 + e$$

#### a. Konstanta = 1.392

Artinya jika variabel syariah, kuantitas, prioritas, dan social yang mempengaruhi perilaku konsumsi islami, maka perilaku konsumsi islami sebesar 1.392 satuan.

#### b. Prinsip konsumsi Islam ( $X_1$ )

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,296 koefisien regresi (beta) 0,230 dengan probabilitas ( $p$ ) = 0,002. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas ( $p$ )  $\leq$  0,05 dapat disimpulkan bahwa prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi islami. Hal ini menunjukkan semakin baik prinsip syariah dari warga secara otomatis akan mampu meningkatkan perilaku konsumsi islami.

c. Prinsip Kuantitas ( $X_1$ )

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,433 koefisien regresi (beta) 0,305 dengan probabilitas ( $p$ ) = 0,018. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas ( $p$ )  $\leq$  0,05 dapat disimpulkan bahwa prinsip kuantitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi islami. Hal ini menunjukkan semakin baik prinsip kuantitas dari warga secara otomatis akan mampu meningkatkan perilaku konsumsi islami.

d. Prinsip Prioritas ( $X_1$ )

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,170 koefisien regresi (beta) 0,365 dengan probabilitas ( $p$ ) = 0,033. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas ( $p$ )  $\leq$  0,05 dapat disimpulkan bahwa prinsip prioritas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi islami. Hal ini menunjukkan semakin baik prinsip prioritas dari warga secara otomatis akan mampu meningkatkan perilaku konsumsi islami.

e. Prinsip Sosial ( $X_1$ )

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,725 koefisien regresi (beta) 0,302 dengan probabilitas ( $p$ ) = 0,008. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas ( $p$ )  $\leq$  0,05 dapat disimpulkan bahwa prinsip social berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi islami. Hal ini menunjukkan semakin baik prinsip social dari warga secara otomatis akan mampu meningkatkan perilaku konsumsi islami.

### 3. Koefisien Determinasi (adjust. $R^2$ )

Besar pengaruh prinsip konsumsi islam, kuantitas, prioritas dan social secara simultan terhadap perilaku konsumsi islami ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,800. Artinya 80,0 perilaku konsumsi islami warga dipengaruhi oleh prinsip syariah, kuantitas, prioritas dan sosial, 20,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

## H. Pembahasan

Konsumen muslim akan lebih dekat dari garis konsumsi yang benar jika ia semakin komitmen dengan prinsip-prinsip konsumsi Islam. Penanaman iman dan takut kepada Allah SWT sehingga mengarahkan konsumsi pada konsep ibadah, mengetahui hukum-hukum syariah terkait dengan apa yang dikonsumsinya serta tidak akan mengonsumsi melainkan yang halal, dan selalu menjauhi yang haram dan syubhat. Tidak cukup dengan itu, kuantitas konsumsi yang terpuji adalah kesederhanaan, kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi adalah hal yang sesuai dengan fitrah manusia dan realita. Konsumen muslim dituntut memperhatikan ketiga tingkatan konsumsi yakni mendahulukan yang primer atas yang sekunder, dan seterusnya. Selanjutnya salah satu ciri dasar umat Islam yaitu saling keterkaitan dan saling sepenanggungan, menjadi teladan untuk menjadi contoh tidak berlebihan dalam konsumsi serta menjauhi perilaku konsumtif yang mendatangkan mudharat terhadap orang lain (Al-Haritsi D. J., 2006, p. 142).

Dalam pembahasan ini telah didapatkan hasil dari penelitian berdasarkan olah data yang penyusun lakukan yaitu:

1. Pengaruh Prinsip Konsumsi Islam Terhadap Pola Perilaku Konsumsi Warga di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang.
  - a. Pengaruh prinsip syariah terhadap pola perilaku konsumsi islami warga di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang.

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar  $0,002(0,002 \leq 0,05)$ . Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a1}$  diterima, yang berarti bahwa “Prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami”. Hal ini berarti semakin baik prinsip syariah dari warga akan meningkatkan perilaku konsumsi islami mereka. Begitu pula sebaliknya, bila prinsip syariah dari warga menurun maka perilaku konsumsi islami juga akan menurun.

Prinsip syariah merupakan prinsip islami yang mengatur tentang kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemashlahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat dalam al-Qur'an dan as-Sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai

dengan ketentuan al-Qur'an dan as-Sunnah ini akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidupnya. Konsumsi produk yang halal akan mendatangkan masalah dan berkah yang tidak didapat dari konsumsi produk yang haram. (Hidayat, 2010:232-234)

Prinsip syariah pada warga tercipta dari pemahaman ilmu agama mereka. Mereka memahami perbedaan sesuatu yang halal dan haram dari ajaran agama Islam. Sehingga dengan prinsip syariah yang dipahaminya akan menjadikan perilaku warga untuk mengkonsumsi yang halal sesuai syariat agama dan menghindari hal-hal yang bersifat haram maupun subhat dalam kehidupan sehari-hari. Halal memiliki definisi tindakan yang dibenarkan untuk dilakukan oleh syara' (Sholihin, 2010:301). Warga memahami bahwa mengkonsumsi sesuatu yang haram merupakan perbuatan berdosa dan akan mengurangi kualitas ibadah mereka.

- b. Pengaruh prinsip kuantitas terhadap pola perilaku konsumsi warga di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang.

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,018 ( $0,018 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_2$  diterima, yang berarti bahwa "Prinsip kuantitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami". Hal ini berarti semakin baik prinsip kuantitas dari warga akan meningkatkan perilaku konsumsi islami mereka. Begitu pula sebaliknya, bila prinsip kuantitas dari warga menurun maka perilaku konsumsi islami juga akan menurun.

Prinsip kuantitas merupakan prinsip yang memperhatikan tentang ukuran konsumsi manusia. Seorang muslim senantiasa membelanjakan hartanya untuk kebutuhan-kebutuhan yang bermanfaat dan tidak berlebihan. Kemewahan dan pemborosan yaitu menenggelamkan diri dalam kenikmatan. Sikap ini selain akan merusak pribadi-pribadi manusia juga akan merusak tatanan masyarakat. Kemewahan dan pemborosan akan menenggelamkan manusia dalam kesibukan memenuhi nafsu birahi dan kepuasan perut



sehingga seringkali melupakan norma dan etika agama karenanya menjauhkan diri dari Allah.

Warga dusun menggunakan uang untuk kebutuhan sehari-hari tidak melebihi dari pendapatan yang mereka terima. Hal ini merupakan ceriman prinsip kuantitas dengan membelanjakan uangnya sesuai kebutuhan dan tidak berlebihan. Sikap berlebih-lebihan (israf) sangat dibenci oleh Allah dan merupakan pangkal dari berbagai kerusakan di muka bumi, seperti yang tercantum pada Al Qur'an surat AL A'raf:31.

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

Artinya: *“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan..”* (QS. Al-A'raf:31)

Sikap berlebih-lebihan ini mengandung makna melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu atau sebaliknya terlampau kikir sehingga justru menyiksa diri sendiri. Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun sosial.

- c. Pengaruh prinsip prioritas terhadap pola perilaku konsumsi warga di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang.

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,033 ( $0,033 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a3}$  diterima, yang berarti bahwa “Prinsip prioritas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami“. Hal ini berarti semakin baik prinsip prioritas dari warga akan meningkatkan perilaku konsumsi islami mereka. Begitu pula sebaliknya, bila prinsip prioritas dari warga menurun maka perilaku konsumsi islami juga akan menurun.

Islam mengajarkan adanya skala prioritas dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi umatnya. Membuat skala prioritas konsumsi merupakan salah satu upaya untuk mengurangi israf dalam berkonsumsi bagi seorang Muslim (Al Ghazali dalam Karim, 2010). Prinsip prioritas mengatur agar selalu memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan. Prioritas dalam hal ini adalah mengutamakan konsumsi untuk pemenuhan kebutuhan primer sebelum pemenuhan kebutuhan sekunder maupun tertier. Dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari terdapat benda-benda ekonomi yang lebih berharga dan bernilai sehingga benda-benda tersebut akan diutamakan dibandingkan pilihan konsumsi lainnya. Disamping itu, terdapat prioritas dalam pemenuhan kebutuhan berdasarkan tingkat kemaslahatan yang dibutuhkan dalam menunjang kehidupan yang islami.

Kebutuhan manusia dalam konsumsi memiliki tingkat urgensi yang tidak selalu sama, tetapi terdapat prioritas-prioritas di antara satu dengan lainnya yang menunjukkan tingkat kemanfaatan dalam pemenuhannya. Penentuan skala prioritas dalam memilih kebutuhan sangat diperlukan agar kebutuhan yang sifatnya mendasar dan dapat menimbulkan masalah apabila tidak terpenuhi tidak terkalahkan oleh kebutuhan yang dapat ditunda. Misalnya kebutuhan berobat yang bersifat mendesak dan tidak dapat ditunda.

- d. Pengaruh Prinsip sosial terhadap pola perilaku konsumsi warga di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang.

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,008 ( $0,008 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a4}$  diterima, yang berarti bahwa “Prinsip Sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami“. Hal ini berarti semakin baik prinsip sosial dari warga akan meningkatkan perilaku konsumsi islami mereka. Begitu pula sebaliknya, bila prinsip sosial dari warga menurun maka perilaku konsumsi islami juga akan menurun.

Prinsip sosial merupakan prinsip konsumsi islami yang memperhatikan lingkungan sosial di sekitarnya sehingga tercipta

keharmonisan hidup dalam masyarakat. Dalam hal ini perilaku untuk mendahulukan pemenuhan kebutuhan bersama dari pada kebutuhan pribadi. Islam mengajarkan untuk mendahulukan kepentingan umat, yaitu saling menanggung dan menolong sehingga Islam mewajibkan zakat bagi yang mampu juga menganjurkan sadaqah, infaq dan wakaf. Selain itu juga mengatur konsumsi yang baik dalam dalam keluarga atau masyarakat, sehingga tidak menimbulkan kerugian dan memberikan mudharat bagi orang lain. Konsumsi sosial mendapat perhatian penting dalam Islam karena konsumsi tersebut dapat kontribusinya secara langsung membantu dalam memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana fisik (Muflih, 2006:17).

Prinsip sosial dipergunakan untuk kepentingan akhirat nanti yang berupa zakat, infaq, dan shadaqah. Dengan kata lain konsumen muslim akan membelanjakan pendapatannya untuk duniawi dan akhirat. Islam mengajarkan bahwa konsumsi atau pembelanjaan uang tidak sebatas hanya untuk kepentingan pribadi namun juga untuk kepentingan sosial yang terwujud dalam bentuk zakat dan sedekah (Muflih, 2006:16). Dengan adanya prinsip sosial akan membawa berkah dan manfaat, yaitu munculnya ketentraman, kestabilan, dan keamanan sosial, karena segala rasa dengki akibat ketimpangan sosial dan ekonomi dapat dihilangkan dari masyarakat. Rahmat dan sikap menolong juga mengalir deras ke dalam jiwa orang kaya yang memiliki kelapangan harta. Sehingga masyarakat seluruhnya mendapatkan karunia dengan adanya sikap saling menyayangi, saling bahu membahu sehingga muncul kesejahteraan sosial yang diinginkan.

## 2. Pengaruh Variabel Paling Dominan terhadap Perilaku Konsumsi Warga Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat nilai t hitung paling besar pada variable prinsip konsumsi Islam, yaitu 3.296 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,002 ( $0,002 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa variable prinsip syariah merupakan variable doiminan yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi islami.

Prinsip konsumsi Islam yang diterapkan warga dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang merupakan perwujudan dari ilmu agama Islam yang dianutnya. Warga masyarakat telah menerapkan prinsip syariah pada kehidupan sehari-hari mereka. Ketakwaan pada Allah SWT menjadikan warga masyarakat selalu mematuhi perintah dan menjauhi larangan-Nya dalam mengkonsumsi pemenuh kebutuhan hidup. Mengkonsumsi barang dan jasa yang halal saja merupakan bentukkepatuhan manusia kepada Allah SWT, sebagai balasannya, manusia akanmendapatkan pahala sebagai bentuk berkah dari barang dan jasa yangdikonsumsi. (P3EI, 2011:129).

3. Pengaruh Prinsip Syariah, Kuantitas, Prioritas dan Sosial secara bersama-sama Terhadap Pola Perilaku Konsumsi Warga di Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 75,154 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena  $\text{sig } F_{hitung} < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_{a5}$  diterima, atau dapat disimpulkan bahwa Prinsip Syariah, Kuantitas, Prioritas dan Sosial secara bersama-sama mempengaruhi pola perilaku konsumsi islami, dengan demikian hipotesis terbukti.

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah sehingga manusia mendapatkan pahala. Sebab hal-hal yang mubah bisa menjadi ibadah jika disertai niat pendekatan diri (taqarrub) kepada Allah.

Membelanjakan harta pada kuantitas dan kualitas secukupnya adalah sikap terpuji bahkan penghematan merupakan salah satu langkah yang sangat dianjurkan pada saat krisis ekonomi terjadi. Dalam situasi ini sikap sederhana dan tidak berlebih-lebihan yang dilakukan untuk menjaga kemaslahatan masyarakat luas. Sikap berlebih-lebihan ini mengandung makna melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu atau sebaliknya terlampau kikir sehingga justru menyiksa diri sendiri. Islam menghendaki suatu kuantitas dan

kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun sosial. Konsumen Muslim memiliki keunggulan bahwa mereka dalam memenuhi kebutuhannya tidak sekadar memenuhi kebutuhan individual (materi), tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (spiritual).

Umat Islam dalam mengkonsumsi suatu barang tidak semata-mata bertujuan memaksimalkan kepuasan, tetapi selalu memperhatikan apakah barang itu halal atau haram, israf atau tidak, tabzir atau tidak, memudharatkan masyarakat atau tidak, dan lain sebagainya. Konsumen Muslim yang taat, dirinya akan menyadari bahwa harta yang dimilikinya seharusnya dibelanjakan untuk kebutuhan individual dan untuk dibelanjakan di jalan Allah (Muflih, 2006:16-17). Ketakwaannya kepada Allah membuatnya senantiasa taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Senantiasa memperhatikan anjuran syariat untuk berbuat kebajikan untuk masyarakat. Islam mengajarkan untuk berbuat baik, suka menolong, dan peduli kepada masyarakat sekitar serta mementingkan kepentingan bersama dari pada kepentingan pribadi.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan pengaruh prinsip konsumsi Islam, kuantitas, prioritas, dan sosial sebagai berikut:
  - a. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,002 ( $0,002 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a1}$  diterima, yang berarti bahwa “Prinsip konsumsi Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami”.
  - b. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,018 ( $0,018 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a2}$  diterima, yang berarti bahwa “Prinsip kuantitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami”.
  - c. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,033 ( $0,033 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a3}$  diterima, yang berarti bahwa “Prinsip prioritas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami”.
  - d. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,008 ( $0,0085 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a4}$  diterima, yang berarti bahwa “Prinsip sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami”.
2. Variabel prinsip konsumsi Islam merupakan variabel dominan yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi, dengan nilai t hitung sebesar 3.296 pada signifikansi 0,002.
3. Hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 75,154 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena  $\text{sig } F_{\text{hitung}} < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_{a5}$  diterima, atau dapat disimpulkan bahwa prinsip syariah, kuantitas, prioritas dan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islami, dengan demikian hipotesis terbukti.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Warga Dusun Tepus Wetan**

Warga dusun Tepus Wetan hendaknya mempertahankan dan meningkatkan penerapan prinsip konsumsi islam dalam kehidupan sehari-hari. Terutama pada prinsip prioritas hendaknya membuat skala prioritas konsumsi dengan memperhatikan urutankepentingan yang harus diprioritaskan. Pengutamaan kebutuhan yang lebih mendasar daripada kebutuhan yang dapat ditunda agar terhindar dari israf dan kemudharatan.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel dan metode yang lain guna menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, Y & Vui, C. N. (2012). The Role Halal Awareness and Halal Certification in Influencing Non-Muslim. *International Conference on Business and Economic Research*.
- Al-Haritsi, D. J. (2006). *Fikih Ekonomi Umar bin Khatab*. Jakarta: Khalifa.
- Ali, S., & Abdurahman, M. (2009). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Alma, B. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Al-Muslih, A., & As-Shawi, S. (2004). *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Khalifa.
- Anto, M. H. (2003). *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Arif, M. N. (2010). *dasar-dasar pemasaran bank syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arif, N. R., & Amalia, E. (2010). *Teori Mikroekonomi Suatu Perbandingan Ekonoi Islam dan Eko0nomi Konvensioanl*. Jakarta: Kencana.
- Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atkonson dan Hilgard. *Pengantar Psikologi Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- B, S. S. (2000). *Mikro Ekonomi Modern: Perkembangan Pemikiran dari Klasik sampai Keynesian Baru*. Jakarta: PT. Raja Grafindo .
- Bangun Drajat Warga. (n.d.). *Produk-Produk BPR Syariah Bangun Drajat Warga*. Retrieved April 15, 2017, from BPR Syariah Bangun Drajat Warga: <http://www.bprs-bdw.co.id/tentang-kami/produk>
- Bangun Drajat Warga. (n.d.). *Sejarah BPR Syariah Bangun Drajat Warga*. Retrieved April 15, 2017, from BPR Syariah Bangun Drajat Warga: <http://www.bprs-bdw.co.id/tentang-kami/sejarah>
- Boediono. (1982). *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Capra, U. (2001). *The Future of Economics: an Islamic Perspective*. Jakarta: SEBI.
- Chandra. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset.



- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (1998). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Effendi, R. (2003). *Produksi dalam Islam*. Yogyakarta: Megistra Insania Press.
- Engel, J. F. (1992). *perilaku konsumen* .
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang.
- Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang.
- Hasan, I. (2004). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- <http://www.definisi-pengertian.com/2015/04/definisi-dan-pengertian-perilaku-konsep.html>. (2015, 4).
- <http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-perilaku-menurut-ahli.html>. (2015, 7).
- <https://amriamir.wordpress.com/2013/11/16/teori-konsumsi-islam/>. (2013, 11 16). Teori Konsumsi Islam.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Konsumsi>.
- Kahf, M. (1981). *A Contribution to The Theory of Consumer Behavior in an Islamic Society dalam Nur Rianto dan Euis Amalia*.
- Kahf, M. (1992). *Theory of Consumption*. Longman Malaysia: Longman Malaysia Sdn. Bhd.
- Kamisu, & Rizal, Y. *Kamus Populer Lengkap Praktis*. Jakarta: Saptha Artha Jaya.
- Karim, A. A. (2002). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: IIT-Indonesia.
- Kertajaya, H. (2006). *Syariah Marketing*.
- Kotler. (2008). *Principles of Marketing Thirteenth Edition*.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT.Prehallindo.
- Lumintang, F. M. (2013). Analisis Pendapatan Petani Padi di Desa Teep Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal. UNSRAT*.
- Malik. (2012). *Impact of Brand Image, Service Quality, and Price On Customer Satisfaction In Pakistan Telecommunication Sector, International Journal of Business and Social Science*.
- Mannan, M. (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.

- Metro News. (2017, Maret 21). *METROTVNEWS.COM*. Retrieved Maret 21, 2017, from <http://www.metrotvnews.com/embed/ObzBpeYb>.
- Naqvi, S. N. (1985). *Etika dalam Ilmu ekonomi: Suatu sintesis Islam*. Bandung: Mizan.
- Nasehadin, T. S., & Gozali, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Nasution. (2004). *Metode Research*. 106.
- Nawawi, I. (2007). *Perilaku Administrasi, Paradigma, Teori dan Pengantar Praktek*. Surabaya: ITS Press.
- P3EI UII. (2008). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Philip, K. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Pujiyono, A. (2006). *Teori Konsumsi Islam. Dinamika Pembangunan*, 197.
- Qardhawi, Y. (1995). *Peran Nilai dan Moral dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Robbani Press.
- Rahman, A. (1995). *Muhammad Seorang Pedagang*. Jakarta: Yayasan Swara Bhunny.
- Sentosa, P. B., & Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Silitonga, L. T. (2017, Juli 10). *Industri*. Retrieved juli 20, 2017, from [bisnis.com](http://bisnis.com): <http://industri.bisnis.com/read/20170710/100/669940/data-bps-indeks-kepercayaan-konsumen-dirilis-selasa>
- Simamora, B. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, H. (2000). *Basis Pengambilan Bisnis*. Jakarta: Selemba Empat.
- Sitepu, N. I. (2016). *PERILAKU KONSUMSI ISLAM DI INDONESIA. Perilaku Konsumsi Islam*, 104.
- Stanton. (1998). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta.
- Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2000). *Mikro Ekonomi Modern: Perkembangan Pemikiran dari Klasik sampai Keynesian Baru*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Sukirno, S. (2006). *Teori Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Suwiknyo, D. *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*. Jakarta Selatan: Total Media.
- Swasta, Basu dan Irawan. (1998). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tanjung, D. H. (2003). *Manajemen Pemasaran dalam praktik*.
- Tjiptono. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang.
- Tjiptono. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta.
- Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Weber, M. (1958). *The Protestant Ethics and The Spirit of Capitalism*. New York: Scribners'Sons.
- Weber, M., A.K, S., & Kahf, M. (1958;1987;1992). *The Protestant Ethics and The Spirit of Capitalism; On Ethics and Economic; Theory of Consumption*. Ney York; Longman Malaysia; Longman Malaysia: Charles Scribners'son;.
- Wilkie. (2009). *pengaruh persepsi kualitas layanan dan kualitas konsumen terhadap keinginan pembeli*.
- Winardi. (1971). *Kamus Ekonomi Inggris indonesia*. Bandung: Alumni Bandung.
- Yuliadi, I. *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: LPPI.
- Zeithaml. (1996). *Servive Marketing*. Singapore: McGrow Hill.

# LAMPIRAN

## Kuesioner Penelitian

### Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa Universitas Islam Indonesia, yang saat ini sedang menempuh tugas akhir di prodi Ekonomi Islam. Tugas akhir ini memiliki program penelitian mengenai “Pengaruh Prinsip Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Islami (Studi Kasus: Warga Dusun Tepus Wetan Desa Surodadi Kecamatan Candimulyo Magelang)” Besar harapan penyusun Sdr/I dapat berpartisipasi dengan mengisi kuisisioner ini sesuai keadaan dan kondisi yang sebenarnya. Demikian, atas kerja samanya saya ucapkan terima kasih.

#### I. Informasi Responden

Nama Responden :

Jenis Kelamin :

- a. Pria
- b. Wanita

Umur Responden :

- a. < 25 Tahun
- b. 26 – 35 Tahun
- c. 36 – 45 Tahun
- d. > 46 Tahun

Pendidikan Terakhir Responden :

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA
- d. Diploma
- e. Sarjana
- f. Dan lainnya

Status Pernikahan :

- a. Menikah
- b. Belum Menikah

Pekerjaan :

Penghasilan Perbulan :

- a. < Rp. 1.000.000
- b. Rp. 1.000.001 – 1.500.000
- c. Rp. 1.500.001 – Rp. 2.500.000
- d. Rp. 2.500.001 – Rp 4.000.000
- e. > Rp 4.000.001

Pengeluaran rata-rata perbulan :

- a. < Rp. 1.000.000
- b. Rp. 1.000.001 – 1.500.000
- c. Rp. 1.500.001 – Rp. 2.500.000
- d. Rp. 2.500.001 – Rp 4.000.000
- e. > Rp 4.000.001

## 2. Petunjuk Mengerjakan Angket

- a. Bacalah soal angket dengan seksama.
- b. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan keadaan yang saudara/i alami.
- c. Berikan tanda centang (✓) pada jawaban yang saudara/i pilih.







	keuntungan materil juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual.										
3.	Saya merasa bebas mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya tanpa menzalimi pihak lain.										
4.	Saya meyakini akan adanya pertanggungjawaban baik di lingkungan maupun di akhirat kelak dalam kegiatan konsumsi.										
5.	Saya terbiasa membeli dan mengonsumsi barang yang halal.										

\*\*\*Terima Kasih\*\*\*

## KARAKTERISTIK RESPONDEN

## Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20 - 25 tahun	12	16.0	16.0	16.0
26 - 35 tahun	22	29.3	29.3	45.3
Valid 36 - 45 tahun	35	46.7	46.7	92.0
> 45 tahun	6	8.0	8.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

## Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD	16	21.3	21.3	21.3
SMP	15	20.0	20.0	41.3
Valid SMA	32	42.7	42.7	84.0
Diploma	3	4.0	4.0	88.0
Sarjana	9	12.0	12.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

## Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Buruh	21	28.0	28.0	28.0
Pedagang	20	26.7	26.7	54.7
Pegawai Negeri	4	5.3	5.3	60.0
Valid Wiraswasta	16	21.3	21.3	81.3
IRT	5	6.7	6.7	88.0
Lainnya	9	12.0	12.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

**Status Pernikahan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Belum Menikah	28	37.3	37.3	37.3
Valid Menikah	47	62.7	62.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

**Pendapatan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp 1.000.000	21	28.0	28.0	28.0
Valid Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	33	44.0	44.0	72.0
Rp 1.500.001 - Rp 2.500.000	9	12.0	12.0	84.0
Rp 2.500.001 - Rp 4.000.000	9	12.0	12.0	96.0
> Rp 4.000.000	3	4.0	4.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

**Pengeluaran**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp 1.000.000	31	41.3	41.3	41.3
Valid Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	32	42.7	42.7	84.0
Rp 1.500.001 - Rp 2.500.000	10	13.3	13.3	97.3
Rp 2.500.001 - Rp 4.000.000	2	2.7	2.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

## UJI DESKRIPTIF

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Syariah	75	12	60	50.44	9.127
Kuantitas	75	8	40	31.13	6.593
Prioritas	75	10	30	24.72	4.769
Sosial	75	10	40	31.93	6.941
Perilaku Konsumsi	75	15	50	41.16	7.971
Valid N (listwise)	75				

## Kategori Syariah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rendah	6	8.0	8.0	8.0
Cukup	60	80.0	80.0	88.0
Tinggi	9	12.0	12.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

## Kategori Kuantitas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rendah	11	14.7	14.7	14.7
Cukup	52	69.3	69.3	84.0
Tinggi	12	16.0	16.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

## Kategori Prioritas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rendah	10	13.3	13.3	13.3
Cukup	53	70.7	70.7	84.0
Tinggi	12	16.0	16.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

**Kategori Sosial**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	13	17.3	17.3	17.3
Cukup	50	66.7	66.7	84.0
Tinggi	12	16.0	16.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

**Kategori Perilaku**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	11	14.7	14.7	14.7
Cukup	55	73.3	73.3	88.0
Tinggi	9	12.0	12.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

## HASIL UJI NORMALITAS

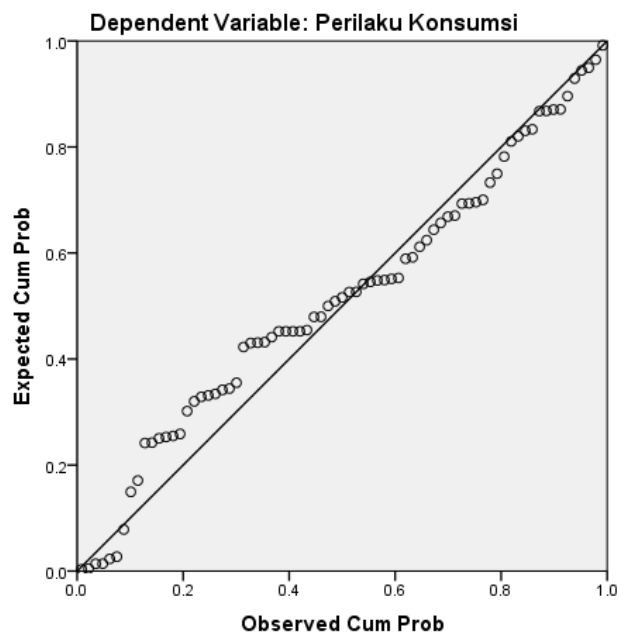
## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.46429808
	Absolute	.115
Most Extreme Differences	Positive	.068
	Negative	-.115
Kolmogorov-Smirnov Z		.999
Asymp. Sig. (2-tailed)		.271

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients<sup>a</sup>

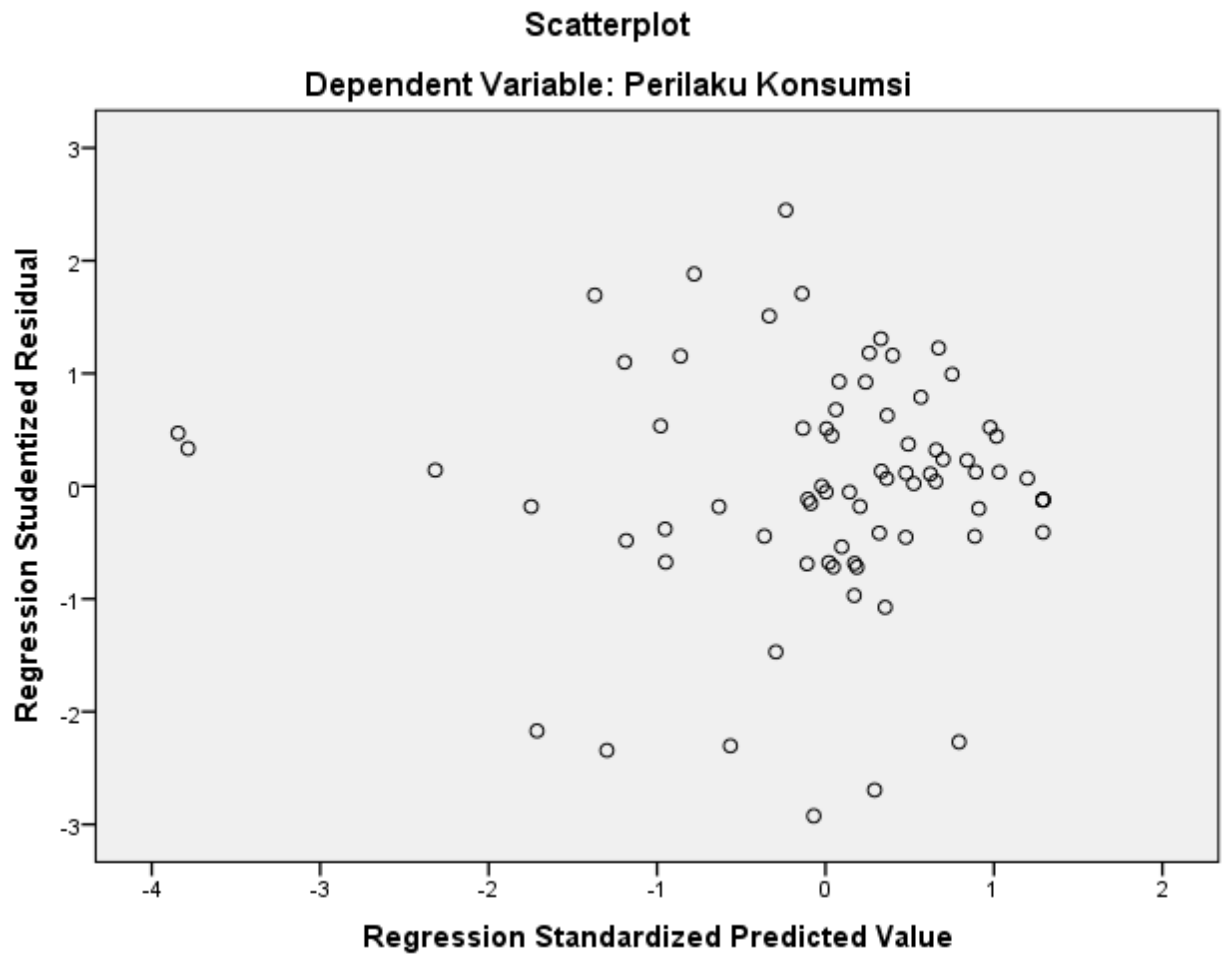
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	1.392	2.440		.571			
1	Syariah	.230	.070	.264	3.296	.002	.421	2.374
	Kuantitas	.305	.125	.252	2.433	.018	.251	3.990
	Prioritas	.365	.168	.218	2.170	.033	.267	3.745
	Sosial	.302	.111	.263	2.725	.008	.290	3.444

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

## HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.918	1.653		2.976	.004
1 Syariah	-.010	.047	-.039	-.217	.828
Kuantitas	.039	.085	.108	.462	.646
Prioritas	-.035	.114	-.069	-.307	.760
Sosial	-.071	.075	-.206	-.950	.345

a. Dependent Variable: ABS\_RES





## HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901 <sup>a</sup>	.811	.800	3.562

a. Predictors: (Constant), Sosial, Syariah, Prioritas, Kuantitas

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3813.979	4	953.495	75.154	.000 <sup>b</sup>
	Residual	888.101	70	12.687		
	Total	4702.080	74			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), Sosial, Syariah, Prioritas, Kuantitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.392	2.440		.571	.570
	Syariah	.230	.070	.264	3.296	.002
	Kuantitas	.305	.125	.252	2.433	.018
	Prioritas	.365	.168	.218	2.170	.033
	Sosial	.302	.111	.263	2.725	.008

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

## LAMPIRAN DATA TABULASI

No	Syariah						SYARIAH
	SY1	SY2	SY3	SY4	SY5	SY6	
1	7	9	8	7	8	9	48
2	8	8	8	8	8	7	47
3	9	10	8	8	10	9	54
4	7	9	9	9	9	9	52
5	5	6	7	6	7	8	39
6	5	9	9	9	9	10	51
7	7	10	10	10	8	10	55
8	9	10	9	9	10	10	57
9	10	10	10	10	10	10	60
10	9	10	9	9	9	8	54
11	7	9	8	8	8	9	49
12	7	8	10	9	6	10	50
13	8	8	8	8	8	10	50
14	2	4	4	4	5	5	24
15	2	2	2	2	2	2	12
16	9	9	8	8	7	8	49
17	6	10	10	10	5	6	47
18	8	9	9	9	9	9	53
19	5	10	8	8	9	10	50
20	9	9	10	10	10	10	58
21	10	10	10	10	10	10	60
22	8	10	8	8	10	8	52
23	10	10	10	10	8	10	58
24	10	10	10	1	1	10	42
25	6	10	10	10	10	10	56
26	6	10	10	10	10	10	56
27	5	10	10	10	10	10	55
28	7	6	8	8	10	9	48
29	8	10	10	10	10	10	58
30	7	9	8	8	6	8	46
31	9	10	10	10	10	10	59
32	9	10	10	10	8	10	57
33	9	10	9	10	8	10	56
34	8	10	10	10	10	10	58
35	10	10	10	9	9	10	58
36	10	10	10	10	10	10	60

37	10	10	10	10	10	10	60
38	5	5	8	8	5	9	40
39	10	10	10	10	10	10	60
40	6	10	10	10	7	9	52
41	10	10	10	10	10	10	60
42	5	8	10	10	6	7	46
43	10	10	8	8	9	10	55
44	10	10	9	10	10	9	58
45	9	8	7	10	8	9	51
46	7	10	9	9	9	9	53
47	6	8	8	8	9	8	47
48	7	8	9	8	8	10	50
49	8	8	7	7	7	8	45
50	8	9	10	9	8	10	54
51	2	2	2	2	2	2	12
52	7	8	7	7	8	8	45
53	7	9	8	10	7	6	47
54	9	9	8	8	7	8	49
55	5	10	10	10	10	10	55
56	8	9	9	9	8	9	52
57	2	10	10	10	10	10	52
58	9	10	9	8	9	9	54
59	8	9	8	8	9	8	50
60	8	9	7	8	5	5	42
61	8	10	7	7	7	8	47
62	10	10	10	10	10	10	60
63	10	8	8	7	8	10	51
64	10	10	10	8	8	9	55
65	10	10	10	10	10	10	60
66	10	10	10	10	10	10	60
67	8	9	8	8	9	9	51
68	5	10	8	8	10	2	43
69	8	8	9	7	7	8	47
70	8	6	8	7	8	8	45
71	5	4	9	10	10	1	39
72	8	10	10	10	10	10	58
73	6	9	8	8	8	8	47
74	5	9	9	9	9	9	50
75	5	9	7	7	6	9	43

No	Kuantitas				KUANTITAS
	KUA1	KUA2	KUA3	KUA4	
1	6	7	7	4	24
2	8	8	8	8	32
3	8	9	7	9	33
4	9	10	8	6	33
5	6	9	6	4	25
6	6	8	5	8	27
7	8	9	10	8	35
8	10	10	7	9	36
9	10	10	10	10	40
10	7	9	9	10	35
11	9	9	9	9	36
12	7	7	5	8	27
13	7	8	8	7	30
14	5	5	5	5	20
15	2	2	2	2	8
16	8	9	7	8	32
17	6	7	9	10	32
18	8	9	9	9	35
19	7	7	7	7	28
20	4	7	7	8	26
21	10	10	10	10	40
22	6	7	10	8	31
23	8	8	7	5	28
24	10	10	10	10	40
25	10	8	10	10	38
26	10	8	10	10	38
27	8	10	7	9	34
28	6	7	8	6	27
29	10	10	10	7	37
30	8	8	9	7	32
31	7	10	10	7	34
32	8	9	8	5	30
33	8	10	10	7	35
34	9	7	7	6	29
35	9	10	10	10	39
36	9	9	8	10	36
37	10	10	10	10	40
38	7	6	10	8	31
39	10	10	10	10	40

40	8	8	8	8	32
41	10	10	10	5	35
42	5	6	6	6	23
43	6	7	7	6	26
44	8	8	8	8	32
45	9	8	7	9	33
46	7	8	6	10	31
47	9	9	9	9	36
48	9	5	4	7	25
49	5	6	6	6	23
50	9	9	9	9	36
51	2	2	2	2	8
52	8	6	10	1	25
53	7	7	5	7	26
54	8	8	9	8	33
55	4	10	9	8	31
56	9	9	9	7	34
57	5	4	4	5	18
58	8	7	7	8	30
59	9	10	10	10	39
60	5	5	5	5	20
61	9	10	10	9	38
62	10	10	10	10	40
63	9	8	7	6	30
64	6	8	8	10	32
65	10	8	7	10	35
66	10	10	10	10	40
67	9	8	8	7	32
68	8	8	9	8	33
69	7	8	8	9	32
70	10	5	7	8	30
71	6	7	6	8	27
72	6	8	7	5	26
73	8	8	9	9	34
74	9	8	7	7	31
75	7	7	7	5	26

No	Prioritas			PRIORITAS
	PRI1	PRI2	PRI3	
1	8	8	5	21
2	9	9	9	27
3	10	9	9	28
4	9	6	8	23
5	6	8	8	22
6	5	8	5	18
7	10	8	10	28
8	8	8	9	25
9	10	10	10	30
10	8	10	10	28
11	8	9	9	26
12	6	8	7	21
13	8	8	9	25
14	5	5	5	15
15	3	4	3	10
16	8	9	10	27
17	7	9	10	26
18	9	9	9	27
19	7	8	8	23
20	9	8	9	26
21	10	10	10	30
22	9	8	8	25
23	7	7	8	22
24	10	10	10	30
25	10	9	9	28
26	9	9	9	27
27	10	9	10	29
28	9	8	8	25
29	10	10	10	30
30	8	9	8	25
31	10	10	10	30
32	9	9	10	28
33	10	8	7	25
34	8	8	8	24
35	10	9	8	27
36	10	10	8	28
37	10	10	9	29
38	10	10	10	30
39	10	10	10	30

40	7	9	10	26
41	5	10	10	25
42	6	8	7	21
43	8	9	9	26
44	10	10	10	30
45	10	9	8	27
46	8	9	6	23
47	9	8	6	23
48	8	8	7	23
49	5	6	7	18
50	9	9	9	27
51	2	6	4	12
52	8	10	4	22
53	6	5	8	19
54	8	8	8	24
55	8	10	10	28
56	9	8	9	26
57	7	5	3	15
58	10	9	8	27
59	9	10	10	29
60	4	4	6	14
61	7	9	10	26
62	10	10	10	30
63	10	9	8	27
64	10	10	10	30
65	10	10	10	30
66	10	10	10	30
67	8	8	8	24
68	7	8	9	24
69	9	10	10	29
70	2	7	4	13
71	6	1	8	15
72	9	8	10	27
73	8	8	8	24
74	8	9	9	26
75	8	7	6	21

No	Sosial				SOSIAL
	SOS1	SOS2	SOS3	SOS4	
1	6	4	6	9	25
2	8	7	8	8	31
3	9	8	8	7	32
4	8	7	10	10	35
5	6	4	9	3	22
6	5	5	4	6	20
7	5	7	7	10	29
8	7	6	10	10	33
9	10	10	10	10	40
10	8	8	5	6	27
11	8	9	6	8	31
12	9	8	8	8	33
13	9	9	8	9	35
14	5	5	5	5	20
15	3	3	2	3	11
16	8	9	10	10	37
17	10	9	9	9	37
18	9	7	9	10	35
19	10	8	10	10	38
20	9	8	9	10	36
21	10	10	10	10	40
22	9	8	7	8	32
23	8	6	7	9	30
24	10	10	9	10	39
25	10	8	10	10	38
26	10	8	10	10	38
27	9	9	8	10	36
28	7	6	8	8	29
29	8	10	10	10	38
30	7	9	9	10	35
31	8	8	10	8	34
32	8	6	8	10	32
33	9	10	10	10	39
34	8	9	10	10	37
35	10	10	10	10	40
36	10	10	10	9	39
37	10	10	9	10	39
38	5	7	10	10	32
39	10	10	10	10	40



40	7	6	6	6	25
41	7	10	10	10	37
42	8	7	8	10	33
43	6	6	8	10	30
44	10	10	10	10	40
45	7	8	9	10	34
46	8	6	5	10	29
47	7	9	9	9	34
48	6	3	4	9	22
49	9	10	10	10	39
50	8	8	8	10	34
51	2	3	3	2	10
52	5	5	7	6	23
53	7	6	7	4	24
54	7	7	4	7	25
55	9	10	10	7	36
56	8	8	9	10	35
57	4	4	4	3	15
58	6	7	8	10	31
59	10	9	9	10	38
60	5	7	5	4	21
61	10	8	10	5	33
62	10	10	10	10	40
63	7	8	9	10	34
64	6	10	10	10	36
65	6	10	10	10	36
66	10	10	10	10	40
67	6	8	9	6	29
68	4	8	9	10	31
69	10	9	10	9	38
70	6	5	6	6	23
71	10	5	3	6	24
72	8	8	10	9	35
73	8	8	8	8	32
74	8	8	6	9	31
75	7	6	7	4	24

No	Perilaku Konsumsi					PERILAKU
	PER1	PER2	PER3	PER4	PER5	
1	7	6	9	8	9	39
2	8	9	8	8	8	41
3	9	8	7	10	10	44
4	9	6	6	9	9	39
5	5	5	8	6	7	31
6	7	3	1	7	6	24
7	7	7	8	8	10	40
8	9	7	7	10	10	43
9	10	10	10	10	10	50
10	10	9	7	10	10	46
11	8	7	8	9	8	40
12	9	8	8	9	10	44
13	9	9	9	8	10	45
14	5	5	5	5	5	25
15	3	3	3	3	3	15
16	9	8	7	10	8	42
17	9	9	5	9	10	42
18	9	9	8	10	10	46
19	7	6	6	10	10	39
20	9	10	9	9	10	47
21	10	10	10	10	10	50
22	8	8	9	9	10	44
23	9	5	5	9	10	38
24	10	10	10	10	10	50
25	10	8	10	10	10	48
26	10	8	10	10	10	48
27	10	8	9	10	10	47
28	8	6	8	7	8	37
29	10	10	10	10	10	50
30	8	8	9	9	9	43
31	10	10	10	10	10	50
32	10	8	7	9	10	44
33	9	9	8	10	10	46
34	9	9	10	10	10	48
35	10	10	10	9	10	49
36	10	10	10	10	10	50
37	10	10	10	10	10	50
38	7	6	3	5	10	31
39	10	10	10	10	10	50

40	9	9	9	9	10	46
41	10	9	8	10	10	47
42	7	7	6	8	8	36
43	8	6	7	10	9	40
44	10	10	6	10	10	46
45	9	8	7	7	8	39
46	7	9	7	10	9	42
47	8	7	7	9	9	40
48	8	8	8	9	9	42
49	10	1	4	5	10	30
50	8	9	9	9	10	45
51	4	4	3	2	2	15
52	6	7	7	5	7	32
53	6	7	4	8	8	33
54	7	6	7	7	7	34
55	9	7	9	10	10	45
56	9	9	9	9	10	46
57	6	10	2	2	2	22
58	9	8	7	9	9	42
59	10	10	9	9	1	39
60	5	6	6	5	6	28
61	7	8	5	7	7	34
62	10	10	9	10	10	49
63	6	7	8	9	10	40
64	10	6	10	10	10	46
65	10	7	10	10	10	47
66	10	10	10	10	10	50
67	8	8	8	8	8	40
68	10	9	9	10	10	48
69	10	9	10	9	10	48
70	8	5	9	6	8	36
71	7	4	8	9	9	37
72	10	10	8	10	10	48
73	9	8	8	8	8	41
74	9	9	7	9	9	43
75	7	7	7	8	7	36

## LAMPIRAN UJI VALIDITAS

Correlations		
		SYARIAH
SY1	Pearson Correlation	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
SY2	Pearson Correlation	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
SY3	Pearson Correlation	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
SY4	Pearson Correlation	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
SY5	Pearson Correlation	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
SY6	Pearson Correlation	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
SYARIAH	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	75

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

Correlations		
		KUANTITAS
KUA1	Pearson Correlation	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
KUA2	Pearson Correlation	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
KUA3	Pearson Correlation	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
KUA4	Pearson Correlation	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
KUANTITAS	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	75

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

## Correlations

		PRIORITAS
PRI1	Pearson Correlation	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
PRI2	Pearson Correlation	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
PRI3	Pearson Correlation	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
PRIORITAS	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	75

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

## Correlations

		SOSIAL
SOS1	Pearson Correlation	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
SOS2	Pearson Correlation	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
SOS3	Pearson Correlation	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
SOS4	Pearson Correlation	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
SOSIAL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	75

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

## Correlations

		PERILAKU
PER1	Pearson Correlation	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
PER2	Pearson Correlation	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
PER3	Pearson Correlation	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
PER4	Pearson Correlation	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
PER5	Pearson Correlation	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
PERILAKU	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	75

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

## LAMPIRAN UJI RELIABILITAS

## 1. Variabel Syariah

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	6

## 2. Variabel Kuantitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	4

## 3. Variabel Prioritas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	3

## 4. Variabel Sosial

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	4

## 5. Variabel Perilaku Konsumsi Islam

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	5

DOKUMENTASI

