

**Pengaruh *Self Control* dan Pengetahuan Etika Konsumsi Islam Terhadap Perilaku
Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia**
*(The Influence of Self Control and Knowledge of Islamic Consumption Ethics on The
Consumptive Behavior of Indonesian Islamic University Students)*

Skripsi

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



Disusun Oleh :

Siti Fahriyah 19423090

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PENYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Fahriyah

NIM 19423090

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Pengaruh *Self Control* dan Pengetahuan Etika Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

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 mempertanggungjawabkan 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 2023



Siti Fahriyah

NOTA DINAS

Yogyakarta, 12 September 2023

26 Safar 1445 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

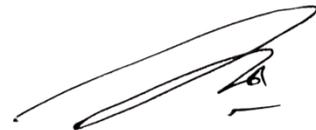
Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan nomor : 1108/Dek/60/DAATI/FIAI/VII/2023 tanggal surat : 06 Juli 2023 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Siti Fahriyah
NIM : 19423090
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *Self Control* dan Pengetahuan Etika Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen pembimbing skripsi.

Nama : Siti Fahriyah

NIM : 19423090

Judul Skripsi : Pengaruh *Self Control* dan Pengetahuan Etika Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

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, 12 September 2023



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kallurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uui.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Senin
Tanggal : 2 Oktober 2023
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Self Control dan Pengetahuan Etika Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia
Disusun oleh : SITI FAHRIYAH
Nomor Mahasiswa : 19423090

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 | : Sofwan Hadikusuma, Lc, ME |  |
| Penguji I | : Junaidi Safitri, SEI, MEI |  |
| Penguji II | : Soya Sobaya, SEI, MM |  |
| Pembimbing | : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM |  |

Yogyakarta, 2 Oktober 2023

Dekan,




Dr. Drs. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan serta do'a dari orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena atas izin dan karunianya maka skripsi ini dapat di buat dan selesai pada waktunya.
2. Ayahanda Abdul Hafidz dan Ibunda Siti Rofiah yang telah memberikan dukungan baik berupa moral maupun material serta do'a sehingga penulis mampu berada pada titik akhir penyelesaian skripsi.
3. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia khususnya kepada Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu serta bimbingan dari awal perkuliahan hingga akhir.
4. Dosen pembimbing bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM yang telah memberikan saran, motivasi, bimbingan, serta arahan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian, penyusunan tugas akhir hingga akhir sidang.
5. Seluruh sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah mendampingi, memotivasi, memberikan semangat, serta berjuang bersama sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

HALAMAN MOTTO

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Great things are not done by impulse, but by a series of small things brought together”

(Vincent Van Gogh)

ABSTRAK

PENGARUH *SELF CONTROL* DAN PENGETAHUAN ETIKA KONSUMSI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

SITI FAHRIYAH

19423090

Perilaku konsumtif ialah gaya hidup atau perilaku individu yang senang membelanjakan uang yang dimilikinya tanpa pertimbangan yang matang sehingga dapat dikatakan bahwa perilaku tersebut lebih memetingkan keinginan atau nafsu semata dibandingkan dengan kebutuhan. Perilaku konsumtif ini banyak melanda masyarakat terutama mahasiswa, hal ini dikarenakan mahasiswa merupakan konsumen yang memiliki karakter yang khas, seperti mudah tertarik pada mode, impulsif, dan mudah terpengaruh iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self control* dan pengetahuan etika konsumsi islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *self control*, dan pengetahuan etika konsumsi islam. Lokasi penelitian dilaksanakan di Universitas Islam Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dengan penyebaran kuesioner pada 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 150 responden dengan skala penelitian menggunakan *continuous rating scale*. Hasil analisis data menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel *self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan nilai signifikansi sebesar 0.001 yang berarti < 0.05 , dan variabel pengetahuan etika konsumsi islam tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan signifikansi sebesar 0.912 yang berarti > 0.05 . Sedangkan, hasil uji f menunjukkan bahwa variabel *self control* dan pengetahuan etika konsumsi islam berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan nilai signifikansi sebesar 0.001 yang berarti < 0.05 .

Kata Kunci : *Self Control*, Pengetahuan Etika Konsumsi Islam, Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SELF-CONTROL AND KNOWLEDGE OF ISLAMIC CONSUMPTION ETHICS ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF INDONESIAN ISLAMIC UNIVERSITY STUDENTS

SITI FAHRIYAH

19423090

Consumptive behavior is the lifestyle or behavior of individuals who like to spend their money without careful consideration so that it can be said that this behavior is more concerned with desires or passions than needs. This consumptive behavior has hit many people, especially students, this is because students are consumers who have unique characteristics, such as being easily attracted to fashion, impulsive, and easily influenced by advertisements. This study aims to determine the effect of self-control and knowledge of Islamic consumption ethics on the consumptive behavior of Islamic University of Indonesia students. The variables used in this study are self-control, and knowledge of Islamic consumption ethics. The research location was at the Islamic University of Indonesia. The approach used in this research is a quantitative approach. In this study the data used is primary data by distributing questionnaires to 150 respondents. The sampling technique used a purposive sampling method of 150 respondents with a research scale using a continuous rating scale. The results of data analysis using the t test show that the self-control variable affects the consumptive behavior of Islamic University of Indonesia students with a significance value of 0.001 which means < 0.05 , and the Islamic consumption ethics knowledge variable has no effect on the consumptive behavior of Islamic University of Indonesia students. with a significance of 0.912 which means > 0.05 . Meanwhile, the results of the f test show that the variables of self-control and knowledge of Islamic consumption ethics simultaneously affect the consumptive behavior of Islamic University of Indonesia students with a significance value of 0.001 which means < 0.05 .

Keywords: *Self Control, Knowledge of Islamic Consumption Ethics, Consumptive Behavior.*

PEDOMAN TRANSLITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di- pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang meru-pakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selan-jutnnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed. Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret

1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

- A. Konsonan
- B. Vokal (tunggal dan rangkap)
- C. Maddah
- D. Ta'marbutah
- E. Syaddah
- F. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
- G. Hamzah
- H. Penulisan kata
- I. Huruf kapital
- J. Tajwid

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian

dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 1. Transliterasi Konsonan

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|-----------------------------|
| أ | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Ša | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ḥa | ḥ | 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 | Šad | š | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Ẓa | ẓ | 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 |
| ه | Ha | h | ha |
| ء | Hamzah | ‘ | apostrof |
| ي | Ya | y | ye |

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 2. Transliterasi Vokal Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|-------------|------|
| َ | Fathah | a | a |
| ِ | Kasrah | i | i |
| ُ | Dammah | u | u |

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 3. Transliterasi Vokal Rangkap

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|----------------|-------------|---------|
| ي...َ | Fathah dan ya | ai | a dan u |
| و...َ | Fathah dan wau | au | a dan u |

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Tabel 4. Transliterasi Maddah

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|-------------------------|-------------|---------------------|
| ا...ِى... | Fathah dan alif atau ya | ā | a dan garis di atas |
| ى... | Kasrah dan ya | ī | i dan garis di atas |
| و... | Dammah dan wau | ū | u dan garis di atas |

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

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

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang 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 "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- سَيِّئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u

- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

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:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
 - الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm
- Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya

memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

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 disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah- Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Self Control* dan Pengetahuan Etika Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”**. Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW yang senantiasa memberikan pedoman pada setiap kehidupan manusia, semoga kita semua mendapat syafa’atnya di hari akhir kelak.

Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Peneliti menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari segala doa, bantuan, serta dukungan, dari berbagai pihak terkait. Namun, dengan adanya dukungan dan bimbingan dari seluruh pihak terkait, penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan sesuai target dan pencapaian yang diinginkan. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM., selaku ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, L.c., M.E., selaku ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan dukungan, bimbingan serta arahan kepada peneliti demi kelancaran penyusunan skripsi ini, sehingga tercapai hasil yang diinginkan dan sesuai target penelitian, terimakasih atas waktu dan tenaga yang telah bapak berikan kepada peneliti.

6. Segenap Dosen serta Staff Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta pelayanan kepada seluruh mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.
7. Ayahanda Abdul Hafidz dan Ibunda Siti Rofiah yang selalu mendo'akan, mendukung, serta memotivasi peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
8. Kakak-kakak peneliti Muhammad Alfii dan Ahmad Zainu, serta Haidar, Luthfan dan Afif yang telah memberikan dukungan, semangat serta motivasi kepada peneliti.
9. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yang selama ini telah mendampingi, membantu, serta memberikan semangat kepada peneliti.
10. *Last but not least*, peneliti ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena telah percaya diri, karena telah melakukan semua kerja keras ini, karena tidak ada hari libur, karena tidak pernah berhenti dan menjadi diri sendiri setiap saatnya.

Akhir kata, penulis berharap semoga seluruh pihak terkait selalu dilimpahkan keberkahan dari Allah SWT. Dengan segala kerendahan hati, peneliti memohon maaf jika terdapat banyak kesalahan serta kelalaian dalam penyusunan skripsi. Peneliti menyadari, tidak ada sesuatu hal yang sempurna termasuk penelitian ini. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan untuk kebaikan di masa yang akan datang. Peneliti berharap dengan adanya penelitian serta penyusunan skripsi ini dapat berguna kepada para pembaca serta menambah pengetahuan dan wawasan kepada seluruh pihak.

Yogyakarta, 12 September 2023

Penyusun



Siti Fahriyah

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|------|
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| NOTA DINAS | iii |
| REKOMENDASI PEMBIMBING | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| ABSTRAK | viii |
| <i>ABSTRACT</i> | ix |
| PEDOMAN TRANSLITERASI | x |
| DAFTAR TABEL | xxv |
| DAFTAR GAMBAR | xxvi |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 3 |
| C. Tujuan Penelitian | 4 |
| D. Manfaat Penelitian | 4 |
| BAB II | 6 |
| LANDASAN TEORI | 6 |
| A. Telaah Pustaka | 6 |
| B. Landasan Teori | 13 |
| 1. Perilaku Konsumtif | 13 |

| | |
|---|----|
| 2. <i>Self Control</i> | 16 |
| 3. Pengetahuan Etika Konsumsi Islam | 17 |
| C. Kerangka Teoritis..... | 19 |
| D. Hipotesis | 19 |
| BAB III..... | 21 |
| METODE PENELITIAN..... | 21 |
| A. Desain Penelitian..... | 21 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 21 |
| C. Subjek dan Objek Penelitian..... | 21 |
| D. Populasi dan Sampel | 22 |
| E. Sumber Data..... | 22 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 23 |
| G. Definisi Operasional Variabel..... | 24 |
| H. Instrumen Penelitian yang Digunakan | 24 |
| I. Teknik Analisis Data..... | 31 |
| BAB IV | 35 |
| ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | 35 |
| A. Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian..... | 35 |
| B. Analisis Deskriptif Responden | 35 |
| C. Hasil Uji Analisis Data | 39 |
| D. Pembahasan | 47 |
| BAB V..... | 51 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 51 |
| A. Kesimpulan | 51 |

| | |
|----------------------|----|
| B. Saran..... | 52 |
| DAFTAR PUSTAKA | 53 |
| LAMPIRAN | 58 |
| RIWAYAT HIDUP | 79 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|------|
| Tabel 1. Transliterasi Konsonan | xiii |
| Tabel 2. Transliterasi Vokal Tunggal..... | xiv |
| Tabel 3. Transliterasi Vokal Rangkap..... | xv |
| Tabel 4. Transliterasi Maddah | xv |
| Tabel 5. Indikator Penelitian | 24 |
| Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Self Control | 26 |
| Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Etika Konsumsi Islam | 26 |
| Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kedua Variabel Pengetahuan Etika Konsumsi Islam..... | 27 |
| Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif | 28 |
| Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas | 29 |
| Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Kedua..... | 30 |
| Tabel 12. Hasil Uji Normalitas | 40 |
| Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas..... | 40 |
| Tabel 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas | 41 |
| Tabel 15. Hasil Uji Autokorelasi | 42 |
| Tabel 16. Hasil Uji T | 43 |
| Tabel 17. Hasil Uji F..... | 45 |
| Tabel 18. Hasil Uji Koefisien Determinasi | 46 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Skema Kerangka Teoritis | 19 |
| Gambar 2. Continuous Rating Scale | 23 |
| Gambar 3. Grafik Usia Responden | 35 |
| Gambar 4. Grafik Asal Fakultas | 36 |
| Gambar 5. Grafik Uang Saku Per Bulan | 37 |
| Gambar 6. Grafik Produk Yang Dibeli Tanpa Perencanaan..... | 38 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku konsumtif ialah gaya hidup atau perilaku individu yang senang membelanjakan uang yang dimilikinya tanpa pertimbangan yang matang (Soviati, 2022), sehingga dapat dikatakan bahwa perilaku tersebut lebih mementingkan keinginan atau nafsu semata dibandingkan dengan kebutuhan. Perilaku konsumtif ini banyak melanda masyarakat terutama mahasiswa, hal ini dikarenakan mahasiswa merupakan konsumen yang memiliki karakter yang khas, seperti mudah tertarik pada mode, impulsif, dan mudah terpengaruh iklan (Mutrofin, 2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa diantaranya adalah *self control* (Iyer et al., 2020; Strömbäck et al., 2017; Younas et al., 2019). Hal ini dikarenakan jika seseorang memiliki *self control* yang tinggi maka kecenderungan emosional saat melakukan konsumsi akan dapat berkurang. Hal ini sesuai dengan penelitian Nurjanah et al. (2019) disebutkan bahwa *self control* berpengaruh negatif sebesar 16,1% terhadap perilaku konsumtif, berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *self control* dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif, hal ini dikarenakan dengan adanya *self control* yang negatif maka seseorang akan cenderung untuk berperilaku konsumtif.

Sedangkan, faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa ialah pengetahuan etika konsumsi Islam (Zhou et al., 2022; Zollo et al., 2018). Pengetahuan etika konsumsi Islam yang dimaksud ialah pengetahuan seseorang terkait teori etika konsumsi Islam. Hal ini dikarenakan jika seseorang mampu menerapkan teori terkait etika konsumsi Islam maka kecenderungan untuk berperilaku konsumtif dapat berkurang, karena perilaku konsumtif merupakan tindakan yang tidak dianjurkan dalam islam dan termasuk dalam perilaku berlebih-lebihan, serta semakin tinggi pengetahuan etika seseorang maka akan semakin rendah niat untuk melakukan sesuatu yang tidak

sesuai etika (Nugroho & Karim, 2023). Hal ini sesuai dengan penelitian Supriadi dan Ahmad (2020) disebutkan bahwa pengetahuan etika konsumsi Islam berpengaruh sebesar 73,3% terhadap perilaku konsumtif, berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan etika konsumsi Islam dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif, hal ini dikarenakan dengan adanya pengetahuan etika konsumsi Islam yang negatif maka seseorang akan cenderung untuk berperilaku konsumtif.

Universitas Islam Indonesia merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2022) terdapat 30.300 Mahasiswa Universitas Islam Indonesia atas beberapa Program studi, yaitu 2 program studi Diploma (D3) sebanyak 326 mahasiswa, 3 program studi Sarjana Terapan (D4) sebanyak 621 mahasiswa, 26 program studi Sarjana (S1) sebanyak 25.493 mahasiswa, 16 program studi Magister (S2) sebanyak 2.276 mahasiswa, 5 program studi Doktor (S3) sebanyak 349 mahasiswa, dan 3 program profesi sebanyak 1235 mahasiswa. Dalam proses pembelajarannya Universitas Islam Indonesia mendalami, mengembangkan, dan menyebarluaskan pemahaman ajaran agama islam untuk dipahami dan diamalkan oleh seluruh warga universitas. Salah satunya melalui mata kuliah kewirausahaan syariah yang memadukan ilmu pengetahuan dengan pelaksanaan nilai-nilai keislaman yang akan memberikan dampak baik kepada mahasiswa. Berdasarkan uraian diatas, mahasiswa Universitas Islam Indonesia memiliki pengetahuan mengenai konsumsi dalam islam serta larangan untuk berperilaku konsumtif yang diperoleh melalui pembelajaran dalam lingkungan Universitas Islam Indonesia.

Menurut Annafila dan Zuhroh (2022) perilaku konsumtif memiliki beberapa kerugian yang dapat dirasakan, yaitu munculnya perilaku boros dan hedonisme yang sulit dikontrol, sulit membedakan antara kebutuhan dengan keinginan, mengurangi kesempatan menabung, adanya kecemburuan sosial ketika melihat gaya hidup dan barang yang dimiliki orang lain sehingga muncul keinginan untuk membeli dan meniru, dan lain sebagainya. Sedangkan, dalam Islam perilaku konsumtif merupakan suatu hal yang dilarang karena memiliki sikap berlebih-lebihan dan bermewah-mewahan (Habibullah, 2017). Meskipun dampak perilaku konsumtif sudah disampaikan di berbagai hal, namun

tetap saja jumlah perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa masih sangat tinggi, seperti sebanyak 71,1% mahasiswa STIKes Santa Elisabeth Medan memiliki perilaku konsumtif (Siallagan et al., 2021). Oleh karena itu, agar seorang mahasiswa dapat terhindar dari perilaku konsumtif, dapat dilakukan melalui *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam yang diperoleh mahasiswa tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Stromback et al. (2017), Zollo et al. (2018), Younas et al. (2019), Iyer et al. (2020), serta penelitian Zhou et al. (2022) menunjukkan hasil bahwa *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam berpengaruh pada perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa.

Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa masih menjadi permasalahan sendiri di berbagai universitas, karena mahasiswa merupakan sekelompok konsumen remaja yang kesehariannya terikat dengan perilaku konsumsi sehingga mereka seringkali mengikuti keinginannya daripada kebutuhannya (Mutrofin, 2018). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil dari penelitian ini akan melihat apakah *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam mempengaruhi perilaku konsumtif. Maka dari itu, peneliti akan melakukan penelitian di Universitas Islam Indonesia dengan judul **“Pengaruh *Self Control* dan Pengetahuan Etika Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Apakah *self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia ?
2. Apakah pengetahuan etika konsumsi islam berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia ?
3. Apakah *self control* dan pengetahuan etika konsumsi islam berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh antara *self control* dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh antara pengetahuan etika konsumsi islam dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
3. Untuk menganalisis pengaruh antara *self control* dan pengetahuan etika konsumsi islam dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan wawasan keilmuan yang lebih luas terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
 - b. Dapat memberikan referensi dan literatur yang sesuai dengan topik pembahasan untuk pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Penulis
 - 1) Kesempatan bagi penulis untuk mengolah daya kritis dan pikir serta menggabungkan ilmu pengetahuan di perkuliahan selama melakukan penelitian terkait topik tersebut.
 - 2) Berkontribusi dalam pengembangan keilmuan Ekonomi Islam khususnya pada Keuangan Publik Islam.

b. Bagi Mahasiswa

- 1) Dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan mengenai pentingnya *self control* dan pengetahuan etika konsumsi islam dalam mengkonsumsi agar dapat mengurangi bahkan menghindari perilaku konsumtif.

c. Bagi Universitas Islam Indonesia

- 1) Diharapkan dapat memberi masukan dan informasi dalam memahami fenomena perilaku konsumtif yang terjadi di lingkungan Universitas Islam Indonesia.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Dalam Islam, seorang muslim dilarang untuk berperilaku konsumtif atau berlebihan, hal ini dikarenakan selain merusak individu, sikap berlebih-lebihan juga merusak masyarakat (Habibullah, 2017). Allah SWT berfirman dalam surat Al-Isra ayat 26-27 yang berbunyi :

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ ۖ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya : “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.” (Al-Isrā' [17]:26).

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ ۖ كَفُورًا

Artinya “Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Al-Isrā' [17]:27). Dari ayat diatas dapat dijelaskan bahwa Allah mewajibkan umat muslim untuk tidak menghambur-hamburkan hartanya secara boros dengan membelanjakannya pada hal-hal yang tidak ada kemaslahatan, hal ini dikarenakan perilaku boros merupakan sifat setan. Namun, pada kenyataannya masih banyak konsumen yang berperilaku konsumtif atau berlebih-lebih yang disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya ialah *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Stromback et al. (2017) mencoba untuk mengeksplorasi pengaruh perbedaan individu dalam pengendalian diri dan faktor non-kognitif lainnya terhadap perilaku konsumtif dan kesejahteraan keuangan dengan menggunakan metode kuantitatif berupa survei. Hasil studinya mengungkap bahwa seseorang dengan pengendalian diri yang baik lebih cenderung untuk menghemat uang dan terhindar dari perilaku konsumtif, serta memiliki perilaku keuangan yang lebih baik.

Studi lain yang dilakukan oleh Nugroho et al. (2017) mencoba untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan *self-efficacy* terhadap perilaku menabung bank Islam. Studi ini

menggunakan metode kuantitatif berupa kuesioner, hasil studinya mengungkap bahwa religiusitas dan *self-efficacy* memiliki validitas eksternal yang baik dan dapat disesuaikan dengan konteks budaya Indonesia, kemudian variabel religiusitas sangat meningkatkan penggunaan bank syariah, serta variabel *self-efficacy* dapat meningkatkan niat nasabah untuk berpartisipasi dalam sistem perbankan syariah. Studi lain yang dilakukan oleh Luluk Mutrofin (2018) mencoba untuk mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua, pengendalian diri dan respon terhadap iklan terhadap pola perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi jurusan ekonomi pembangunan Universitas Negeri Malang dengan menggunakan metode kuantitatif berupa kuesioner yang dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil studinya mengungkap bahwa tidak terdapat pengaruh antara status sosial ekonomi orang tua dengan pola perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi jurusan ekonomi pembangunan Universitas Negeri Malang, kemudian terdapat pengaruh antara pengendalian diri dengan pola perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi jurusan ekonomi pembangunan Universitas Negeri Malang.

Studi lain yang dilakukan oleh Udayanthi et al. (2018) mencoba untuk mengetahui pengaruh variabel literasi keuangan, kualitas pembelajaran, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif. Pada penelitiannya, studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan uji analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 17, didapatkan hasil bahwa literasi keuangan, kualitas pembelajaran, dan pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Studi lain yang dilakukan oleh Zollo et al. (2018) mencoba untuk meneliti anteseden penalaran moral dan proses kognitif yang belum dipelajari yang pada akhirnya membentuk etika konsumsi dengan menggunakan metode survei yang dianalisis menggunakan persamaan struktural, paradigma ekologi baru (ENP), dan instrumen perilaku konsumen yang sadar secara ekologis (ECCB), didapatkan hasil bahwa perilaku konsumtif secara signifikan memprediksi masalah etika yang pada akhirnya secara signifikan mempengaruhi etika konsumsi. Studi lain yang dilakukan oleh Younas et al. (2019) mencoba untuk mengetahui hubungan antara literasi keuangan, pengendalian diri, perilaku keuangan dan kesejahteraan keuangan dengan

menggunakan metode berupa survei. Hasil studinya mengungkap bahwa pengendalian diri dan literasi keuangan mempengaruhi kesejahteraan keuangan melalui perilaku keuangan yang pada akhirnya menghindari seseorang dari perilaku konsumtif.

Studi lain yang dilakukan oleh Nurjanah et al. (2019) mencoba untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan *self control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi di Universitas Negeri Jakarta dengan menggunakan metode kuantitatif berupa survei dan pendekatan korelasional. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi berganda, didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara literasi ekonomi dan *self control* dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Studi lain yang dilakukan oleh Kumalasari dan Soesilo (2019) mencoba untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, modernitas individu, uang saku, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi S1 pendidikan ekonomi angkatan tahun 2016 fakultas ekonomi Universitas Negeri Malang dengan menggunakan metode kuantitatif berupa kuesioner yang dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil studinya mengungkap bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi efektif sebesar 9,22%, individu modernitas berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi efektif sebesar 8,23%, tunjangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi efektif sebesar 35,03%, pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumen dengan kontribusi efektif sebesar 17,54%, literasi keuangan, modernitas individu, tunjangan dan pengendalian diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi efektif sebesar 70,00%.

Studi lain yang dilakukan oleh Rika Aulia Sari (2019) mencoba untuk mengetahui pengaruh gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada orang dewasa awal di Samarinda. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dianalisis dengan menggunakan uji regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS, didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara gaya hidup *brand minded* dengan perilaku konsumtif, terdapat pengaruh negatif antara pengendalian diri dengan perilaku konsumtif, terdapat pengaruh antara gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri

dengan perilaku konsumtif, serta terdapat kontribusi antara gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada awal masa dewasa adalah sebesar 53%. Studi lain yang dilakukan oleh Iyer et al. (2020) mencoba untuk memperluas pemahaman tentang hubungan antara pembelian impulsif dan determinannya terkait dengan beberapa faktor internal dan eksternal. Studi ini menggunakan metode berupa studi pustaka yang diperoleh dari beberapa buku dan jurnal terdahulu terkait penelitian tersebut. Hasil studinya mengungkap bahwa ciri-ciri (pencarian sensasi, kecenderungan pembelian impulsif), motif (hedonisme), sumber daya konsumen (waktu, uang), dan rangsangan pemasaran muncul sebagai pemicu utama pembelian impulsif, kemudian kontrol diri dan suasana hati konsumen juga mempengaruhi pembelian impulsif

Studi lain yang ditulis oleh Supriadi dan Ahmad (2020) mencoba untuk menemukan dan menganalisis pengaruh pemahaman nilai-nilai etika konsumsi Islami terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Alauddin Makassar dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala likert yang diolah melalui analisis deskriptif, prasyarat analisis, dan analisis inferensial. Hasil studinya mengungkap bahwa pemahaman nilai-nilai etika konsumsi Islam mahasiswa perbankan syariah UIN Alauddin Makassar dalam kategori sedang dengan persentase 70%, kemudian terdapat pengaruh pemahaman nilai-nilai etika konsumsi Islami terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan tingkat signifikansi 0,000. Studi lain yang dilakukan oleh Siallagan et al. (2021) mencoba untuk mengidentifikasi hubungan *self control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa prodi ners di STIKes Santa Elisabeth Medan. Desain penelitian ini menggunakan metode korelasional dengan pendekatan *cross sectional* yang dianalisis menggunakan uji statistik *chi-square*, didapatkan hasil bahwa *self control* berpengaruh signifikan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa prodi ners di STIKes Santa Elisabeth Medan.

Studi lain yang dilakukan oleh Prihatini dan Irianto (2021) mencoba untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Padang, serta pengaruh literasi keuangan terhadap kontrol diri dengan menggunakan metode kuantitatif

berupa kuesioner yang dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur. Hasil studinya mengungkap bahwa literasi keuangan, dan pengendalian diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Padang, serta literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengendalian diri mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Padang. Studi lain yang dilakukan oleh Candra et al. (2021) mencoba untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMAN 10 Padang dengan menggunakan metode kuesioner yang dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Hasil studinya mengungkap bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif siswa kelas XI SMAN 10 Padang.

Studi lain yang ditulis oleh Annafila dan Zuhroh (2022) mencoba untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif *online shopping* bagi mahasiswa program studi psikologi UNIRA dengan menggunakan metode kuantitatif berupa kuesioner. Hasil studinya mengungkap bahwa kontrol diri berpengaruh pada perilaku konsumtif *online shopping* mahasiswa program studi psikologi Universitas Islam Raden Rahmat Malang. Studi lain yang dilakukan oleh Abdullah et al. (2022) mencoba untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan dan *self control* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Majalengka secara parsial. Penelitian menggunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif yang dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji kelayakan model dan uji hipotesis dengan menggunakan uji parsial uji t. hasil studinya mengungkap bahwa literasi keuangan berada pada kategori baik, pengendalian diri berada pada kategori sangat baik, dan perilaku konsumtif berada dalam kategori sedang. Dengan hasil uji hipotesis mengungkap bahwa literasi keuangan dan pengendalian diri secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dalam artian, literasi keuangan dan pengendalian diri merupakan faktor pendorong meningkatnya perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Studi lain yang dilakukan oleh Sumartun dan Nugrahini (2022) mencoba untuk mengetahui dan menganalisis adakah pengaruh pengetahuan etika konsumsi Islam dan

pengalaman keuangan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dengan menggunakan metode kuantitatif yang dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil studinya mengungkap bahwa pengetahuan etika konsumsi Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi, pengalaman keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi, dan pengetahuan etika konsumsi Islam dan pengalaman keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Studi lain yang dilakukan oleh Hafizt Aulia Kadri (2022) mencoba untuk mengetahui pengaruh pemahaman ekonomi islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah dengan menggunakan metode kuesioner yang dianalisis menggunakan uji validitas data, uji reliabilitas data, uji asumsi klasik, uji regresi sederhana dan uji hipotesis, uji determinasi. Hasil studinya mengungkap bahwa pemahaman ekonomi Islam berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,7%.

Studi lain yang dilakukan oleh Sudiro dan Asandimitra (2022) mencoba untuk menguji pengaruh literasi keuangan, uang elektronik, demografi, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan data primer dengan kuesioner yang dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS versi 24. Hasil studinya mengungkap bahwa literasi keuangan, uang elektronik, demografi, gaya hidup, dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Surabaya. Studi lain yang dilakukan oleh Maulana Muhammad (2022) mencoba untuk mengetahui bagaimana pengaruh kontrol diri dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA 2018. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional dengan metode kuantitatif berupa kuesioner yang dianalisis menggunakan uji t, uji f, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, analisis regresi berganda, dan analisis koefisien determinasi serta bantuan aplikasi SPSS versi 25, didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif yang berupa perilaku konsumtif akan meningkat apabila kontrol diri juga meningkat, literasi ekonomi juga mempunyai pengaruh terhadap pola perilaku konsumtif yang mana perilaku konsumtif akan menurun apabila tingkat literasi ekonominya meningkat, serta

diketahui bahwa kontrol diri serta literasi ekonomi secara simultan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 46,5%.

Studi lain yang dilakukan oleh Zhou et al. (2022) mencoba untuk menilai pengaruh sensitivitas harga dan etika konsumsi terhadap perilaku konsumen milenial. Studi ini menggunakan metode kuantitatif yang dianalisis menggunakan perangkat lunak PLS. Hasil studinya mengungkap bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara etika konsumsi dengan perilaku konsumen, dalam artian konsumen yang menerapkan etika konsumsinya dengan baik akan terhindar dari perilaku konsumtif. Kemudian, sensitivitas harga memiliki hubungan langsung dan signifikan dengan perilaku konsumen. Studi lain yang dilakukan oleh Nugroho dan Karim (2023) mencoba untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku penggunaan OVO pada masyarakat di Yogyakarta. Studi ini menggunakan metode kuantitatif yang dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasil studinya mengungkap bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, kondisi yang memudahkan, motivasi hedonis, dan harga tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat Yogyakarta dalam menggunakan OVO, namun etika bisnis Islam, pengaruh sosial, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat Yogyakarta dalam menggunakan OVO.

Berdasarkan pada telaah pustaka yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan etika konsumsi Islam dan *self control* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang, hal ini dikarenakan jika pengetahuan etika konsumsi Islam seseorang meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun, serta jika semakin baik *self control* seseorang maka akan terhindar dari perilaku konsumtif. Pada penelitian ini memiliki beberapa pembaharuan pada sampel, variabel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data. Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas mengenai perilaku konsumtif yang dapat dipengaruhi dari *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam. Namun, pada penelitian sebelumnya teknik analisis data yang digunakan berupa uji statistik *chi-square*. Pada penelitian ini akan meneliti pengaruh *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas

Islam Indonesia melalui teknik analisis korelasi berganda yang diolah menggunakan program *Microsoft excel* dan program Jamovi.

B. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan sebuah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang tidak diperlukan secara berlebihan agar tercapai kepuasan maksimal (Siallagan et al., 2021). Artinya, seseorang yang bersikap konsumtif lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan yang cenderung dipengaruhi oleh kesenangan material semata. Munculnya hal ini disebabkan oleh seseorang yang mempunyai kecenderungan materialistik untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya. Perilaku konsumtif ini terkesan tidak mempunyai manfaat yang baik bagi pelakunya, hal ini dikarenakan selain dapat menguras pendapatan tetapi juga dapat mengakibatkan munculnya sifat boros (Abdullah et al., 2022).

Dalam islam perilaku konsumtif merupakan suatu sikap berlebih-lebihan atau bermewah-mewahan dalam melakukan konsumsi, serta tidak mengandung kemaslahatan di dalamnya, dan perilaku konsumtif merupakan hal yang dilarang (Habibullah, 2017). Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah Al-A'araf ayat 31 yang berbunyi :

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

Artinya : “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”. Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Isra ayat 26-27 yang berbunyi :

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (٢٦) إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ ۙ كَفُورًا (٢٧)

Artinya : “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” Al-Isrā' [17]:26-27. Rasulullah SAW bersabda yang artinya : “Rasulullah SAW bertemu Sa’ad ibn Abi Waqqas saat berwudhu, dan bersabda : “Kenapa engkau berlebihan?”, Sa’ad bertanya : “Apakah dalam berwudhu ada sikap berlebihan?”, beliau bersabda : “Ya ada, walaupun engkau berwudhu disungai yang mengalir”. (HR. Ibnu Majah). Pada ayat dan hadist diatas, dapat diuraikan bahwa Allah melarang untuk menghambur-hamburkan harta yang dimiliki dengan hal-hal yang tidak ada kemaslahatan karena hal tersebut merupakan sifat setan, kemudian Allah memerintahkan umat-Nya untuk makan dan minum yang halal, baik dan bergizi tetapi sesuai dengan kadarnya atau tidak berlebihan, dan Rasulullah SAW melarang untuk berlebih-lebihan bahkan ketika berwudhu. Ketiga ayat dan hadist tersebut memberikan arahan untuk menghindari sikap berlebihan atau konsumtif, karena hal tersebut dapat merusak individu bahkan masyarakat (Habibullah, 2017).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif ialah kecenderungan individu dalam mengkonsumsi barang-barang yang seharusnya tidak diperlukan secara berlebihan tanpa didasari atas pertimbangan yang logis, hal ini dikarenakan individu lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Adanya perilaku konsumtif tersebut dipengaruhi atas faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif meliputi yang meliputi gaya hidup, usia, kepribadian, harga diri, motivasi, observasi, sikap dan keyakinan. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif berupa kebudayaan, kelompok-kelompok sosial, keluarga, kelompok referensi, dan kelas sosial (Siallagan et al., 2021).

Menurut Erich Fromm (2019) terdapat empat indikator munculnya perilaku konsumtif, antara lain sebagai berikut :

a. Pemenuhan keinginan

Rasa puas yang dimiliki manusia selalu meningkat atau tidak pernah merasa cukup atas apa yang telah diberikan Allah SWT. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW yang berbunyi :

لَوْ كَانَ لِابْنِ آدَمَ وَادِيَانِ مِنْ مَالٍ لَابْتَغَى ثَالِثًا ، وَلَا يَمَلَأُ جَوْفَ ابْنِ آدَمَ إِلَّا التُّرَابُ ، وَيَتُوبُ
اللَّهُ عَلَى مَنْ تَابَ

Artinya : “Seandainya manusia diberi dua lembah berisi harta, tentu ia masih menginginkan lembah yang ketiga. Yang bisa memenuhi dalam perut manusia hanyalah tanah. Allah tentu akan menerima taubat bagi siapa saja yang ingin bertaubat.” (HR. Bukhari). Oleh karena itu, pada kegiatan konsumsi manusia selalu ingin lebih, hanya sekedar memenuhi kepuasannya saja bukan keinginannya.

b. Barang diluar jangkauan

Seseorang yang memiliki perilaku konsumtif cenderung berkonsumsi secara kompulsif dan tidak rasional karena merasa selalu kurang lengkap yang pada akhirnya selalu mengkonsumsi barang baru.

c. Barang tidak produktif

Jika kegiatan konsumsi dilakukan secara berlebihan maka manfaat dari barang tersebut menjadi tidak produktif.

d. Status

Kegiatan konsumsi yang dilakukan dengan mempertimbangkan status akan menjadi tidak rasional karena mengkonsumsi hanya untuk mencapai status yang diperoleh dari barang tersebut.

2. *Self Control*

Self control adalah keputusan individu untuk mengambil tindakan yang efektif dalam menahan keinginan dan dorongan sesaat yang bertentangan dengan norma dan merugikan individu tersebut kedepannya (Nurjanah et al., 2019). *Self control* merupakan salah satu potensi dalam diri seorang individu yang dapat dikembangkan dan digunakan, termasuk dalam menghadapi keadaan yang terdapat dilingkungan sekitarnya. *Self control* ini diperlukan untuk membantu individu dalam mengatasi kemampuannya yang terbatas dan dalam mengatasi hal merugikan yang mungkin terjadi. Sedangkan dalam Islam, *self control* diistilahkan dengan mujahadah an-nafs yang didefinisikan sebagai pengendalian diri dalam menghadapi hawa nafsu bahkan emosi (Habibullah, 2017).

Munculnya *self control* ini dipengaruhi oleh faktor internal, faktor eksternal, serta *perceived behavioral control* (PBC). Adapun faktor internal yang mempengaruhi *self control* berupa usia dan kematangan. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi *self control* ialah lingkungan keluarga dan budaya (Siallagan et al., 2021). Kemudian, *perceived behavioral control* (PBC) menunjukkan bahwa tingkat kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perbuatan tertentu dapat meningkatkan motivasi seseorang. Maksudnya ialah, jika seseorang memiliki keyakinan yang kuat terhadap faktor-faktor yang memfasilitasi suatu perilaku, maka orang tersebut akan memiliki persepsi yang kuat terkait kemampuan untuk mengontrol perilakunya. Namun, jika orang dengan persepsi rendah terkait kemampuan untuk mengontrol perilaku, orang tersebut memiliki keyakinan yang kuat terhadap faktor-faktor yang menghambat perilakunya (Nugroho et al., 2017).

Berdasarkan pada konsep Averill 1973 (Nurjanah et al., 2019), *self control* dibagi menjadi 3 aspek, antara lain sebagai berikut :

- a. Mengontrol Perilaku (*Behavior Control*). Ialah munculnya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi suatu keadaan yang tidak diinginkan atau tidak menyenangkan.
- b. Mengontrol Kognitif (*Cognitive Control*). Ialah kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara mendefinisikan, menghubungkan, dan menilai suatu kejadian kedalam suatu kerangka kognitif.
- c. Mengontrol Keputusan (*Decisional Control*). Ialah kemampuan individu untuk memilih suatu Tindakan berdasarkan atas sesuatu yang diyakini.

3. Pengetahuan Etika Konsumsi Islam

Menurut Kees Bertens etika adalah nilai atau norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok guna mengatur tingkah lakunya. Konsumsi ialah suatu kegiatan atas penggunaan harta kekayaan secara baik dan tepat, sedangkan konsumsi dalam islam dideskripsikan sebagai penggunaan atas suatu produk yang baik dan jauh dari hal yang diharamkan, serta memotivasi pelakunya untuk melakukan kegiatan sesuai dengan prinsip konsumsi yaitu dapat bermanfaat (Supriadi & Ahmad, 2020).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa etika konsumsi Islam berarti ketika seseorang atau sebuah kelompok mengkonsumsi suatu produk harus diperoleh dengan cara yang baik dan halal serta tidak melanggar syariat islam dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat. Pengetahuan atas etika konsumsi Islam ialah pengetahuan seseorang terkait makna dari teori-teori etika konsumsi dalam Islam maupun konsep-konsep yang telah dipelajari (Supriadi & Ahmad, 2020).

Berdasarkan pada maqashid syariah (Hamdi, 2022) terdapat 4 indikator dalam etika konsumsi islam, antara lain sebagai berikut :

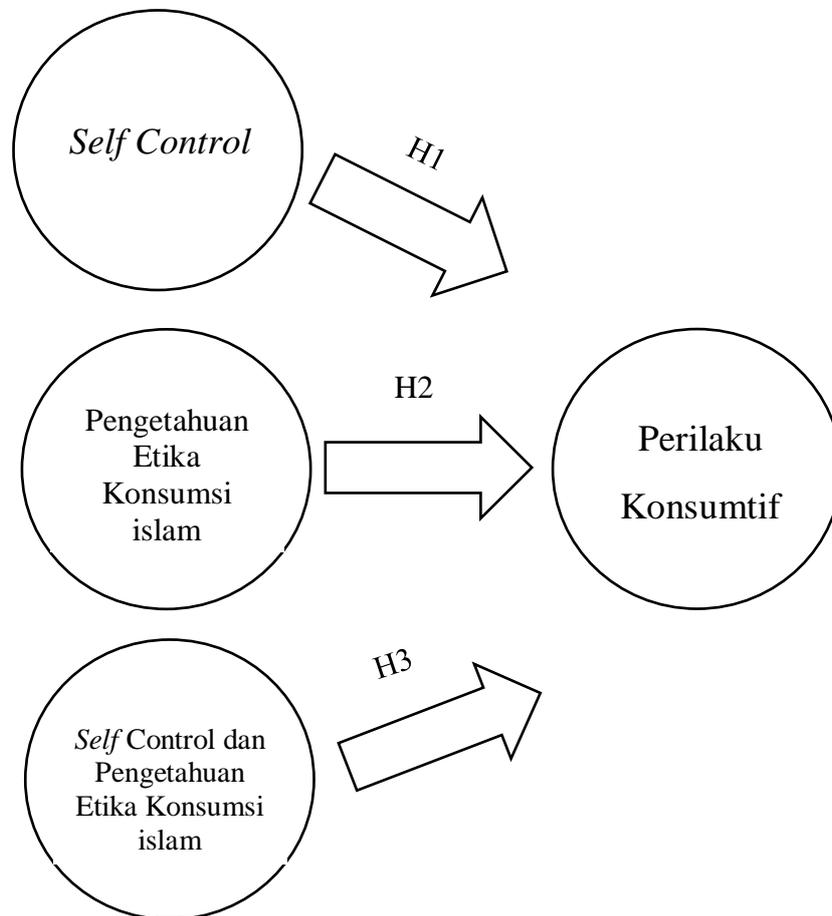
- a. Memperhatikan Prioritas dari Kebutuhan, dalam hal ini kegiatan konsumsi dilakukan berdasar pada tiga kelompok kebutuhan, yaitu daruriyyah

(kebutuhan primer), hajjiyah (kebutuhan sekunder), dan tahsiniyyah (kebutuhan tersier).

- b. Mengonsumsi Produk yang Halal, dalam hal ini secara tegas dan jelas agama Islam melarang umatnya untuk mengonsumsi produk yang haram.
- c. Mengutamakan Mashlahah, konsumsi dalam Islam tidak mengenal konsep kepuasan tetapi lebih mengenal konsep masalah yang artinya terpenuhinya kebutuhan fisik dan spiritual.
- d. Sederhana dalam Konsumsi, dalam hal ini kegiatan konsumsi dilakukan dengan sederhana yang artinya tidak bersikap berlebih-lebihan atau *israf*, serta tidak *tabzir* atau boros.

Berdasarkan pada prinsip konsumsi dalam Islam yang telah diuraikan, maka terdapat batasan dalam konsumsi menurut Islam (Habibullah, 2017), yaitu. Pertama, larangan bersikap kikir atau bakhil dan menumpuk harta. Kedua, larangan berlebih-lebihan dan bermewah-mewahan dalam mengonsumsi barang.

C. Kerangka Teoritis



Gambar 1. Skema Kerangka Teoritis

Berdasarkan pada tabel 1 diatas dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam. Hal ini didasarkan pada semakin baik *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam mahasiswa, maka akan terhindar dari perilaku konsumtif (Iyer et al., 2020; Zhou et al., 2022).

D. Hipotesis

Self control mempunyai pengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa. Dimana jika semakin baik *self control* mahasiswa maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya (Mutrofin, 2018; Kumalasari & Soesilo, 2019; Sari, 2019; Siallagan et al., 2021; Annafila & Zuhroh, 2022). Hal ini dikarenakan seorang mahasiswa dengan *self*

control yang baik akan lebih mengutamakan keuangannya untuk menabung daripada untuk berperilaku konsumtif (Strömbäck et al., 2017; Younas et al., 2019).

Jadi, **H1** : *Self control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Selain *self control*, pengetahuan etika konsumsi Islam juga mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dimana semakin tinggi pengetahuan etika konsumsi Islam, maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumsi yang baik pada mahasiswa, sehingga akan terhindar dari perilaku konsumtif (Zollo et al., 2018; Supriadi & Ahmad, 2020; Kadri, 2022; Sumartun & Nugrahini, 2022; Zhou et al., 2022).

Jadi, **H2** : Pengetahuan etika konsumsi Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Kemudian, *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dikarenakan, jika seorang mahasiswa mempunyai pengetahuan etika konsumsi Islam yang baik, kemudian disertai dengan *self control* yang baik, maka ia akan melakukan konsumsi secara rasional atau tidak berlebih-lebihan (Udayanthi et al., 2018; Nurjanah et al., 2019; Iyer et al., 2020; Prihatini & Irianto, 2021; Abdullah et al., 2022; Muhammad, 2022; Sudiro & Asandimitra, 2022).

Jadi, **H3** : *Self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Metode asosiatif ialah salah satu jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mencari hubungan sebab akibat antara variabel-variabel penelitian (Berita Update, 2020). Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dikarenakan peneliti akan menjelaskan tentang pengaruh *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Dalam metode asosiatif peneliti menentukan klausa hubungan antar variabel sebagai alat pengumpul data yang sebelumnya akan diuji validitas dan reliabilitas. Setelah pengumpulan data penelitian selesai, langkah berikutnya adalah pengolahan data. Dalam proses ini peneliti dibantu dengan menggunakan program *microsoft excel* dan program Jamovi untuk analisis statistik guna menguji hubungan antar variabel melalui uji hipotesis. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini berusaha melakukan uji analisis statistik terhadap *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Universitas Islam Indonesia. Sedangkan waktu penelitian direncanakan mulai Juli – Agustus 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Sedangkan objek penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

D. Populasi dan Sampel

Populasi ialah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas yang sesuai dengan peneliti untuk dipelajari kemudian disimpulkan (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Universitas Islam Indonesia sebesar 30.300 mahasiswa (Kemendikbud, 2022).

Sedangkan sampel ialah bagian kecil dari jumlah populasi. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan memiliki ciri-ciri sebagai berikut karakteristik populasi harus sesuai dengan tujuan dari penelitian, sampel berdasarkan individu, kelompok, maupun wilayah harus memenuhi latar belakang yang diinginkan oleh penelitian, serta sampel yang dipilih harus benar-benar menjadi ciri-ciri mayoritas pada populasi (Sugiyono, 2013). Dalam hal ini peneliti menentukan tolak ukur yang harus dimiliki oleh responden antara lain yaitu :

- a) Responden merupakan mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia
- b) Responden memiliki kecenderungan yang lebih dalam melakukan konsumsi
- c) Responden berada di rentang usia 18 tahun hingga 24 tahun.

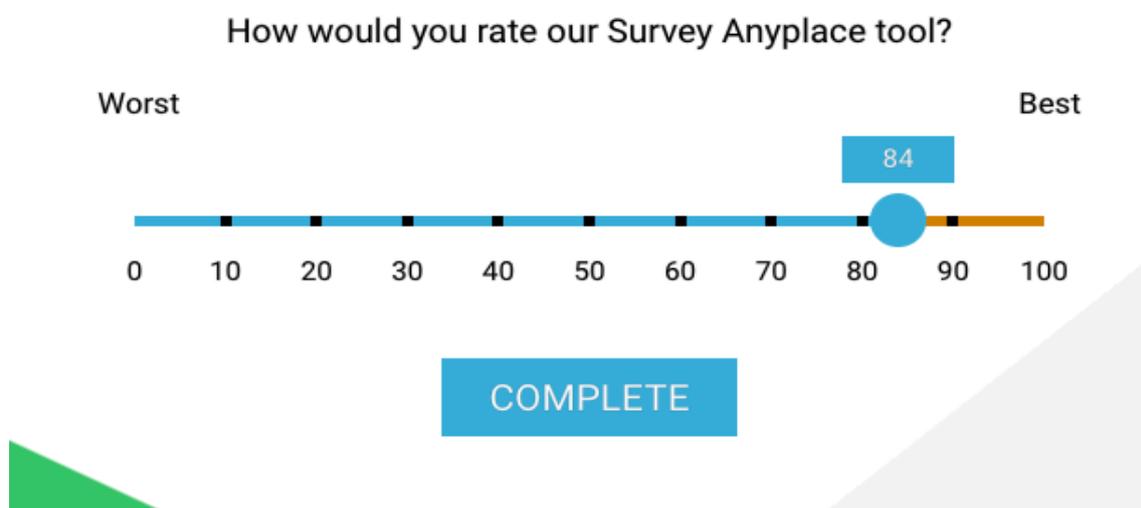
Menurut Fraenkel dan Wallen (2009), pengambilan sampel minimal 100 responden untuk penelitian deskriptif sudah mewakili populasi, selain itu jumlah sampel minimal 100 orang untuk penelitian eksplanatif atau kausal juga sudah mewakili populasi, hal ini dikarenakan sampel yang baik adalah sampel yang tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil, tetapi memberikan penggambaran optimal (*representative*). Berdasarkan pada pendapat tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Pemilihan sampel dilakukan secara acak sistematis berdasarkan pada kriteria responden.

E. Sumber Data

Dalam proses pengumpulan sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer dengan metode kuesioner kepada seluruh responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *continuous rating scale* sebagai skala penelitian (Treiblmaier & Filzmoser, 2011). Oleh karena itu, variabel yang diukur diuraikan melalui indikator variabel. Maka, pengukuran dalam penelitian ini menggunakan checklist angka pada setiap kolom yang telah disediakan.



Gambar 2. Continuous Rating Scale

Sumber : Pointer Pro

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa pengisian kuesioner oleh setiap responden dalam bentuk *google form*. Setelah jumlah responden yang mengisi kuesioner telah mencapai target, maka tahapan selanjutnya ialah uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program Jamovi.

G. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat variabel-variabel yang akan diuji untuk mendapatkan kevalidan dari suatu data. Variabel merupakan suatu hal yang menjadi obyek penelitian yang memiliki sifat/nilai untuk diuji dan diambil kesimpulannya untuk dipergunakan/diterapkan sesuai dengan konteks penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan digunakan, yaitu:

- a. Variabel Dependen. Variabel dependen disebut juga variabel terikat, yang berarti bahwa nilai dari variabel ini bergantung pada pengaruh dari nilai variabel lainnya. Variabel dependen disimbolkan dengan huruf X. Dalam penelitian ini, variabel dependen terdiri dari variabel *self control* sebagai X1, dan variabel pengetahuan etika konsumsi Islam sebagai X2.
- b. Variabel Independen Variabel independen disebut juga variabel bebas, artinya yaitu pada variabel ini terdapat sifat untuk mempengaruhi variabel lainnya. Variabel independen disimbolkan dengan huruf Y. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen yaitu perilaku konsumtif.

H. Instrumen Penelitian yang Digunakan

Instrumen penelitian ini bertujuan untuk mencari informasi yang lengkap atas suatu masalah, fenomena alam, maupun sosial yang ditetapkan oleh peneliti. Jumlah instrumen yang akan diteliti tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Instrumen dalam penelitian ini yaitu penelitian dengan menggunakan *continuous rating scale*. Dalam hal ini, peneliti menggunakan jenis instrumen berupa angket atau kuesioner dengan indikator penelitian sebagai berikut :

Tabel 5. Indikator Penelitian

| Variabel | Indikator | Nomor Item |
|--------------------------|---|--------------|
| <i>Self Control</i> (X1) | 1. Kontrol Perilaku (<i>Behavior Control</i>) | 1, 2, 29, 30 |

| | | |
|---------------------------------------|---|------------------|
| | 2. Kontrol Kognitif (<i>Cognitive Control</i>) | 3, 31 – 34 |
| | 3. Mengontrol Keputusan (<i>Decesional Control</i>) | 4 – 6, 35, 36 |
| Pengetahuan Etika Konsumsi Islam (X2) | 1. Memperhatikan Prioritas dari Kebutuhan | 7 – 9 |
| | 2. Mengonsumsi produk yang Halal | 10 – 12 |
| | 3. Mengutamakan Masalah | 13 - 15 |
| | 4. Sederhana dalam Konsumsi | 16, 17 |
| Perilaku Konsumtif (Y) | 1. Pemenuhan Keinginan | 18, 19, 37, 38 |
| | 2. Barang Diluar Jangkauan | 20 – 22, 39, 40 |
| | 3. Barang Tidak Produktif | 23 – 25, 41 |
| | 4. Status | 26 – 28, 42 – 44 |

Agar memperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan harapan, peneliti menyusun rancangan kisi-kisi dalam instrumen penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini, tiap-tiap variabel yang diteliti akan diuraikan, kemudian ditentukan indikator yang akan diukur hingga menjadi item pernyataan. Adapun uji instrumen yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut :

a) Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan data yang didapat dari objek penelitian berdasarkan hasil data yang diperoleh peneliti melalui kuesioner. Dalam uji validitas data peneliti menggunakan program Jamovi. Pengujian validitas dilakukan secara 2 kali yaitu pada 30 sampel pertama yang mana terdapat 2 item pertanyaan tidak valid, kemudian uji kedua pada 30 sampel dengan mengeliminasi 2 item pertanyaan yang tidak valid. Dasar pengambilan keputusan uji validitas yaitu

jika *Item-rest correlation* > 0.3. Berikut hasil uji validitas pada 30 sampel yang telah diuji menggunakan *software* Jamovi, dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Self Control

| Variabel | Item | <i>Item-rest correlation</i> | Keterangan |
|---------------------|-------|------------------------------|------------|
| <i>Self Control</i> | KP 1 | 0.633 | VALID |
| | KP 2 | 0.560 | VALID |
| | KK 3 | 0.620 | VALID |
| | MK 4 | 0.336 | VALID |
| | MK 5 | 0.574 | VALID |
| | MK 6 | 0.596 | VALID |
| | KP 29 | 0.708 | VALID |
| | KP 30 | 0.722 | VALID |
| | KK 31 | 0.789 | VALID |
| | KK 32 | 0.817 | VALID |
| | KK 33 | 0.735 | VALID |
| | KK 34 | 0.783 | VALID |
| | MK 35 | 0.730 | VALID |
| | MK 36 | 0.692 | VALID |

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil uji validitas 30 sampel pada variabel *self control* (X1) menyatakan hasil yang valid. Hal ini dikarenakan seluruh item pertanyaan memiliki nilai *Item-rest correlation* > 0.3.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Etika Konsumsi Islam

| Variabel | Item | <i>Item-rest correlation</i> | Keterangan |
|----------|-------|------------------------------|------------|
| | MPK 7 | 0.413 | VALID |

| | | | |
|-------------------------------------|--------|--------|-------------|
| Pengetahuan Etika Konsumsi Islam | MPK 8 | 0.703 | VALID |
| | MPK 9 | 0.644 | VALID |
| | MPH 10 | 0.725 | VALID |
| | MPH 11 | 0.726 | VALID |
| | MPH 12 | 0.780 | VALID |
| | MM 13 | 0.779 | VALID |
| | MM 14 | 0.823 | VALID |
| | MM 15 | 0.754 | VALID |
| | S 16 | 0.779 | VALID |
| | S 17 | 0.528 | VALID |
| | MM 37 | -0.119 | TIDAK VALID |

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil uji validitas 30 sampel pada variabel pengetahuan etika konsumsi Islam (X2) menyatatakan hasil yang valid dan tidak valid. Hal ini dikarenakan terdapat satu item pertanyaan memiliki nilai *Item-rest correlation* < 0.3. Oleh karena itu, satu item pertanyaan tersebut akan dieliminasi dan diuji kembali. Berikut hasil uji validitas kedua dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kedua Variabel Pengetahuan Etika Konsumsi Islam

| Variabel | Item | <i>Item-rest correlation</i> | Keterangan |
|-------------------------------------|--------|------------------------------|------------|
| Pengetahuan Etika Konsumsi Islam | MPK 7 | 0.447 | VALID |
| | MPK 8 | 0.734 | VALID |
| | MPK 9 | 0.675 | VALID |
| | MPH 10 | 0.743 | VALID |
| | MPH 11 | 0.744 | VALID |
| | MPH 12 | 0.801 | VALID |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| | MM 13 | 0.798 | VALID |
| | MM 14 | 0.833 | VALID |
| | MM 15 | 0.773 | VALID |
| | S 16 | 0.786 | VALID |
| | S 17 | 0.547 | VALID |

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dijelaskan bahwa setelah dieliminasi satu item pertanyaan yang tidak valid, didapatkan hasil uji validitas 30 sampel yang valid. Hal tersebut karena seluruh item pertanyaan kuesioner pada variabel pengetahuan etika konsumsi Islam (X2) memiliki *Item-rest correlation* > 0.3.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif

| Variabel | Item | <i>Item-rest correlation</i> | Keterangan |
|--------------------|--------|------------------------------|------------|
| Perilaku Konsumtif | PK 18 | 0.370 | VALID |
| | PK 19 | 0.512 | VALID |
| | BDJ 20 | 0.663 | VALID |
| | BDJ 21 | 0.689 | VALID |
| | BDJ 22 | 0.620 | VALID |
| | BTP 23 | 0.749 | VALID |
| | BTP 24 | 0.763 | VALID |
| | BTP 25 | 0.714 | VALID |
| | S 26 | 0.806 | VALID |
| | S 27 | 0.529 | VALID |
| | S 28 | 0.821 | VALID |
| | PK 38 | 0.762 | VALID |
| | PK 39 | 0.413 | VALID |
| | BDJ 40 | 0.818 | VALID |

| | | | |
|--|--------|-------|-------|
| | BDJ 41 | 0.878 | VALID |
| | BTP 42 | 0.818 | VALID |
| | S 43 | 0.846 | VALID |
| | S 44 | 0.850 | VALID |
| | S 45 | 0.889 | VALID |

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil uji validitas 30 sampel pada variabel perilaku konsumtif (Y) menyatakan hasil yang valid. Hal ini dikarenakan seluruh item pertanyaan memiliki nilai *Item-rest correlation* > 0.3.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi atau kestabilan nilai yang terdapat pada skala pengukuran terhadap data. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan program Jamovi. Untuk menarik kesimpulan dari hasil uji reliabilitas harus disesuaikan dengan standar penilaian uji reliabilitas yang telah memenuhi syarat yaitu :

- a. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka data tersebut reliabel.
- b. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6 maka data tersebut tidak reliabel.
- c. Apabila nilai *McDonald's Mega* > 0,6 maka data tersebut reliabel.
- d. Apabila nilai *McDonald's Mega* < 0,6 maka data tersebut tidak reliabel.

Dalam penelitian ini telah dilakukan uji reliabilitas sebanyak 2 tahap. Pertama, dilakukan ketika hasil uji validitas terdapat hasil yang valid dan tidak valid. Kedua, dilakukan ketika hasil uji validitas valid. Berikut ini hasil uji reliabilitas tahap pertama, yaitu :

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>McDonald's Mega</i> | Nilai Kritis | Keterangan |
|----------|-------------------------|------------------------|--------------|------------|
|----------|-------------------------|------------------------|--------------|------------|

| | | | | |
|---|-------|-------|-----|----------|
| <i>Self Control</i> | 0.854 | 0.859 | 0.6 | Reliabel |
| Pengetahuan Etika Konsumsi Islam | 0.863 | 0.921 | 0.6 | Reliabel |
| Perilaku Konsumtif | 0.911 | 0.913 | 0.6 | Reliabel |

Berdasarkan pada tabel 7 diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil uji reliabilitas pertama pada variabel *self control* (X1), pengetahuan etika konsumsi Islam (X2), dan perilaku konsumtif (Y) memiliki hasil *Cronbach's Alpha* dan *McDonald's Mega* > 0,6 sehingga dapat dinyatakan data telah reliabel meskipun terdapat hasil uji validitas yang tidak valid.

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Kedua

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>McDonald's Mega</i> | Nilai Kritis | Keterangan |
|---|-------------------------|------------------------|--------------|------------|
| <i>Self Control</i> | 0.854 | 0.859 | 0.6 | Reliabel |
| Pengetahuan Etika Konsumsi Islam | 0.923 | 0.936 | 0.6 | Reliabel |
| Perilaku Konsumtif | 0.911 | 0.913 | 0.6 | Reliabel |

Berdasarkan pada tabel 8 diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil uji reliabilitas kedua pada variabel *self control* (X1), pengetahuan etika konsumsi Islam (X2), dan perilaku konsumtif (Y) memiliki hasil *Cronbach's Alpha* dan *McDonald's Mega* > 0,6 sehingga dapat dinyatakan data telah reliabel. Hasil ini diperoleh setelah dilakukan

eliminasi pada item pertanyaan yang tidak valid. Hasil uji reliabilitasnya menyatakan bahwa pada variabel *self control* (X1) memiliki nilai yang sama dengan nilai yang pertama. Namun, pada variabel pengetahuan etika konsumsi Islam (X2), dan perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai yang pertama.

I. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik dalam menganalisis data yang diperoleh. Teknik analisis data yang digunakan antara lain sebagai berikut :

a) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data yang diuji normal atau tidak. Adapun aturan uji normalitas antara lain sebagai berikut :

- I. Jika nilai data $> 0,05$ maka dinyatakan signifikan normal.
- II. Jika nilai data $< 0,05$ maka dinyatakan signifikan tidak normal.

2) Uji Multikolinearitas

Untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara variabel independen (X) dalam penelitian. Kriteria pengambilan uji multikolinearitas antara lain sebagai berikut :

- I. Jika nilai VIF > 10 dan nilai Tolerance $> 0,1$ maka data mengandung multikolinearitas.
- II. Jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $< 0,1$ maka data tidak mengandung multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya kesalahan pada saat melakukan uji regresi linear. Dalam uji regresi linear tidak

diperbolehkan adanya heteroskedastisitas. Adapun kriteria pengambilan uji heteroskedastisitas antara lain sebagai berikut :

- I. Jika nilai data $< 0,05$ maka data mengandung heteroskedastisitas.
- II. Jika nilai data $> 0,05$ maka data tidak mengandung heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui apakah terdapat korelasi variabel antara data satu observasi dengan data observasi lainnya. Dalam uji regresi linear tidak diperbolehkan adanya autokorelasi. Adapun Kriteria pengambilan uji autokorelasi antara lain sebagai berikut :

- I. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data mengandung autokorelasi.
- II. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak mengandung autokorelasi.

b) Uji Regresi Linear Berganda

Peneliti menggunakan uji hipotesis regresi linear berganda dikarenakan dalam penelitian terdapat dua variabel independen yaitu *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam. Sehingga uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pola hubungan antara variabel X1, X2 dengan variabel Y. Adapun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumtif

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

$X_1 = \textit{Self Control}$

$X_2 = \text{Pengetahuan Etika Konsumsi Islam}$

$e = \text{Standar Error}$

Adapun uji regresi linear berganda pada penelitian ini meliputi :

1) Uji T

Dalam penelitian ini uji T dilakukan untuk menguji hipotesis terkait pengaruh dari masing-masing variabel. Sehingga uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Adapun dasar pengambilan kesimpulan dari hasil uji t sebagai berikut :

- I. Jika nilai signifikansi uji T $> 0,05$ maka *self control* dan pengetahuan etika konsumsi islam tidak berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
- II. Jika nilai signifikansi uji T $< 0,05$ maka *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

2) Uji F

Untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan. Maka dasar pengambilan kesimpulan hasil uji F sebagai berikut :

- I. Jika nilai signifikansi F $> 0,05$ maka *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam tidak berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
- II. Jika nilai signifikansi F $< 0,05$ maka *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menginterpretasikan dalam bentuk persentase antara pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Tingkat pengukuran tersebut berkisar antara 0 hingga 1, sehingga semakin besar nilai koefisien determinasi maka akan semakin baik kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab analisis data dan pembahasan ini akan menjelaskan secara rinci mengenai pengaruh *self control* dan pengetahuan etika konsumsi islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji regresi linear berganda berupa uji t, uji f, serta uji koefisien determinasi (R²). Pengujian data menggunakan *software* Jamovi.

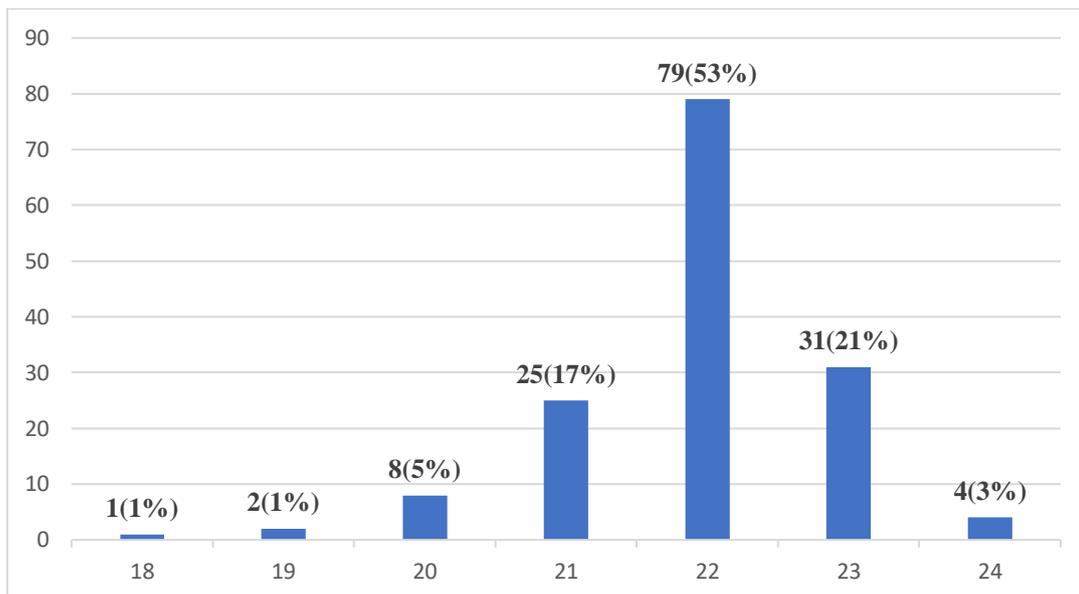
A. Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian

Dalam penelitian ini kuesioner disebarkan kepada responden yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia. Peneliti menyebarkan dengan jangka waktu 7 hari, yaitu mulai dari tanggal 21 Agustus 2023 hingga 28 Agustus 2023ss melalui penyebaran media online. Sampel yang terkumpul sesuai pada target yang direncanakan yaitu 150 responden.

B. Analisis Deskriptif Responden

1. Usia Responden

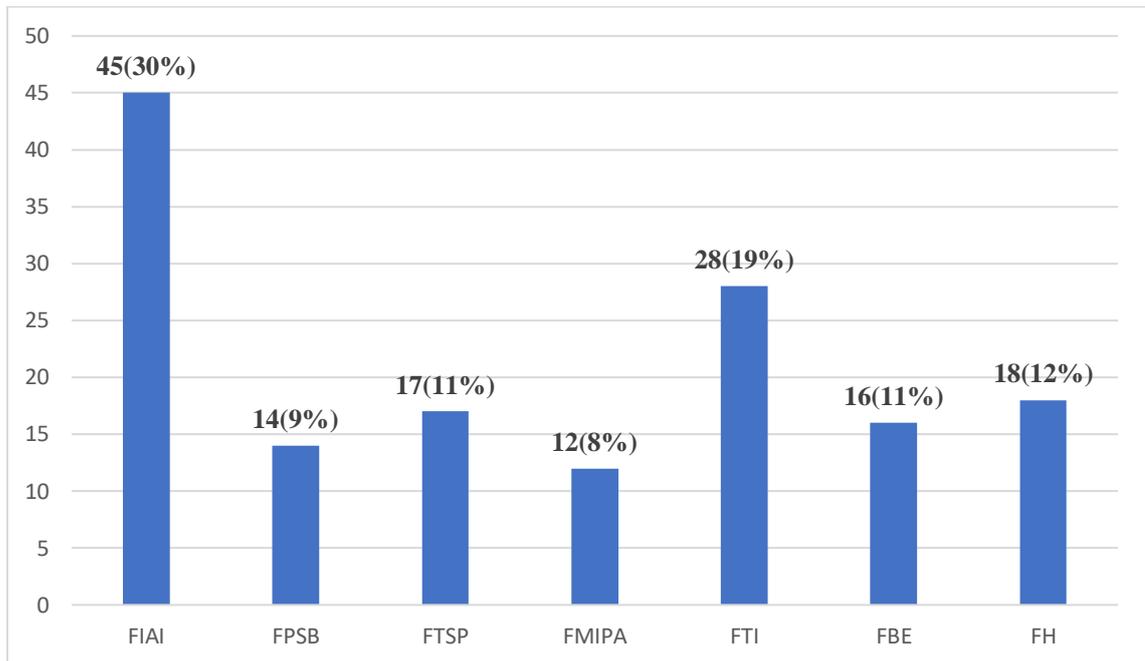
Gambar 3. Grafik Usia Responden



Berdasarkan pada gambar 3 diatas, dapat diketahui bahwa usia responden dalam penelitian ini memiliki tingkat usia yang beragam. Mayoritas responden dalam penelitian ini, berusia 22 tahun sebanyak 79 (53%) responden dan dilanjutkan pada responden berusia 23 tahun sebanyak 31 (21%) responden. Selanjutnya, pada usia 21 tahun sebanyak 25 (17%) responden, pada usia 20 tahun sebanyak 8 (5%) responden, pada usia 24 tahun sebanyak 4 (3%) responden, pada usia 19 tahun sebanyak 2 (1%) responden, dan pada usia 18 tahun sebanyak 1 (1%) responden. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden banyak berasal dari usia yang lebih tua dan dilanjutkan pada usia yang paling muda

2. Asal Fakultas

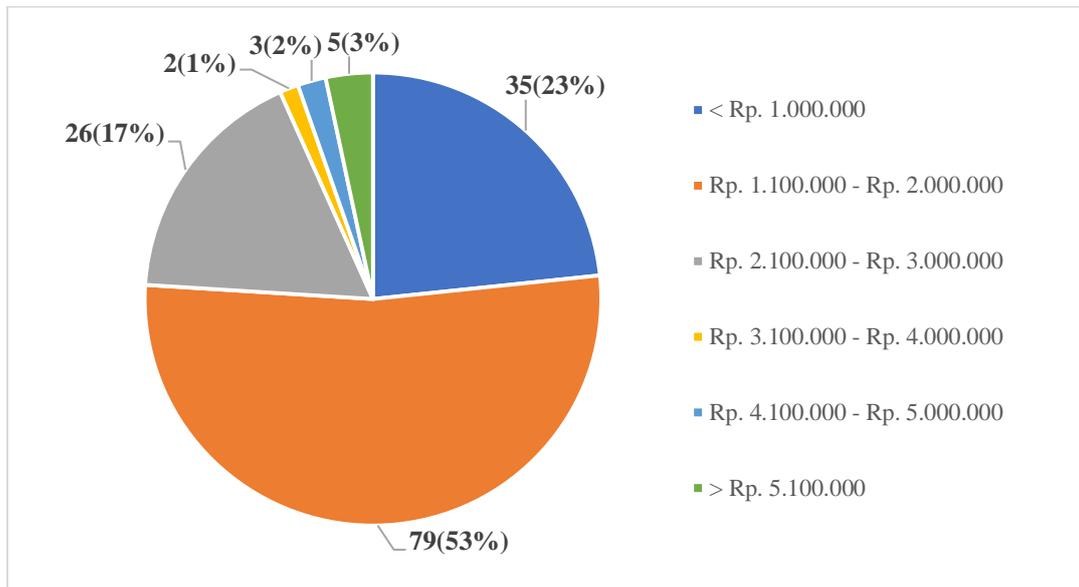
Gambar 4. Grafik Asal Fakultas



Berdasarkan pada gambar 4 diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) sebanyak 45 (30%) responden. Selanjutnya Fakultas Teknologi Industri (FTI) sebanyak 28 (19%) responden, Fakultas Hukum (FH) sebanyak 18 (12%) responden, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP) sebanyak 17 (11%) responden, Fakultas Bisnis dan Ekonometika (FBE) sebanyak 16 (11%) responden, Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya (FPSB) sebanyak 14 (9%) responden. Lalu, sisanya sebanyak 12 (8%) responden berasal dari Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sudah mencakup mahasiswa yang berada pada Universitas Islam Indonesia yang dibagi berdasarkan fakultas sesuai dengan yang ditempuh oleh masing-masing responden.

3. Uang Saku Per Bulan

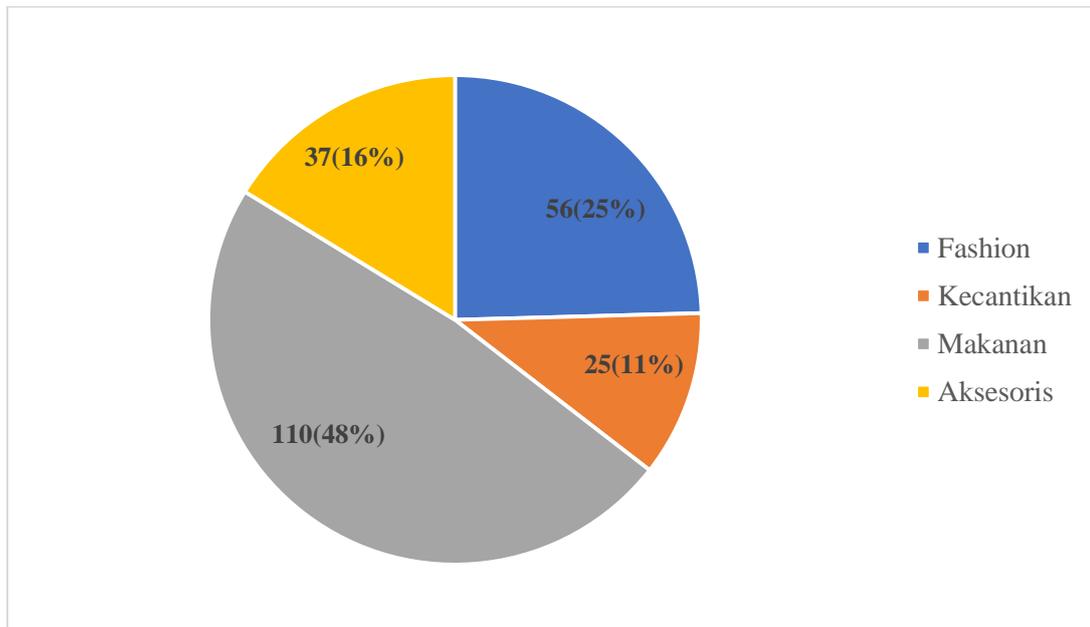
Gambar 5. Grafik Uang Saku Per Bulan



Berdasarkan pada gambar 5 diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki uang saku per bulan sebesar Rp. 1.100.000 – Rp. 2.000.000 yaitu sebanyak 79 responden. Selanjutnya, sebanyak 35 responden memiliki uang saku per bulan sebesar < Rp. 1.000.000, sebanyak 27 responden memiliki uang saku per bulan sebesar Rp. 2.100.000 – Rp. 3.000.000, dan sebanyak 4 responden memiliki uang saku per bulan sebesar > Rp. 5.100.000. Lalu, sisanya sebanyak 3 responden memiliki uang saku per bulan sebesar Rp. 4.100.000 – Rp. 5.000.000, dan sebanyak 2 responden memiliki uang saku per bulan sebesar Rp. 3.100.000 – Rp. 4.000.000. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden memiliki penghasilan berupa uang saku per bulan yang cukup untuk melakukan kegiatan konsumsi.

4. Produk Yang Dibeli Tanpa Perencanaan

Gambar 6. Grafik Produk Yang Dibeli Tanpa Perencanaan



Berdasarkan pada gambar 6 diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan yang lebih dalam pembelian barang berupa makanan yaitu sebanyak 110 (48%) responden. Selanjutnya, pada fashion sebanyak 56 (25%) responden. Lalu, sisanya sebanyak 37 (16%) responden memiliki kecenderungan yang lebih dalam pembelian barang berupa aksesoris, dan 25 (11%) responden memiliki kecenderungan yang lebih dalam pembelian barang berupa kecantikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan yang berlebih atau tanpa perencanaan ketika melakukan pembelian barang berupa makanan.

C. Hasil Uji Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui apakah data yang diuji terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan analisis *Kolmogorov Smirnov*. Adapun aturan uji normalitas antara lain sebagai berikut :

- I. Jika nilai data $> 0,05$ maka dinyatakan signifikan normal.
- II. Jika nilai data $< 0,05$ maka dinyatakan signifikan tidak normal.

Pada tabel di bawah ini merupakan hasil dari uji normalitas, diantaranya :

Tabel 12. Hasil Uji Normalitas

| | Statistic | p |
|---------------------------|-----------|-------|
| <i>Kolmogorov Smirnov</i> | 0.0804 | 0.287 |

Berdasarkan pada tabel 8 diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil dari uji normalitas menunjukkan nilai data 0.287 yang berarti nilai tersebut melebihi $> 0,05$. Dengan demikian, data dalam penelitian ini dinyatakan signifikan dan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara variabel independen (X) dalam penelitian. Kriteria pengambilan uji multikolinearitas antara lain sebagai berikut :

- I. Jika nilai VIF > 10 dan nilai Tolerance $> 0,1$ maka data mengandung multikolinearitas.
- II. Jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $< 0,1$ maka data tidak mengandung multikolinearitas.

Pada tabel di bawah ini merupakan hasil dari uji multikolinearitas, diantaranya :

Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas

| | VIF | Tolerance |
|----------------------------------|------|-----------|
| <i>Self Control</i> | 1.06 | 0.947 |
| Pengetahuan Etika Konsumsi islam | 1.06 | 0.947 |

Berdasarkan tabel 10 diatas, dapat dijelaskan bahwa pada variabel *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini dikarenakan nilai VIF < 10 dan nilai tolerance < 0,1. Sehingga tidak adanya hubungan antara variabel *self control* dengan variabel pengetahuan etika konsumsi Islam.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya kesalahan pada saat melakukan uji regresi linear. Dalam uji regresi linear tidak diperbolehkan adanya heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan analisis *Goldfeld-Quandt* dan *Harrison-McCabe*. Adapun kriteria pengambilan uji heteroskedastisitas antara lain sebagai berikut :

- I. Jika nilai data < 0,05 maka data mengandung heteroskedastisitas.
- II. Jika nilai data > 0,05 maka data tidak mengandung heteroskedastisitas.

Pada tabel di bawah ini merupakan hasil dari uji heteroskedastisitas, antara lain sebagai berikut :

Tabel 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| | Statistic | p |
|------------------------|-----------|-------|
| <i>Goldfeld-Quandt</i> | 0.968 | 0.556 |
| <i>Harrison-McCabe</i> | 0.509 | 0.557 |

Berdasarkan tabel 11 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari hasil uji heteroskedastisitas baik analisis *Goldfeld-Quandt* maupun *Harrison-McCabe* menunjukkan nilai data 0.556 dan 0.557 yang berarti nilai tersebut melebihi 0.05. Dengan demikian, data dalam penelitian ini tidak mengandung heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui apakah terdapat korelasi variabel antara data satu observasi dengan data observasi lainnya. Dalam uji regresi linear tidak diperbolehkan adanya autokorelasi. Adapun Kriteria pengambilan uji autokorelasi antara lain sebagai berikut :

- I. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data mengandung autokorelasi.
- II. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak mengandung autokorelasi.

Pada tabel di bawah ini merupakan hasil dari uji autokorelasi, antara lain sebagai berikut :

Tabel 15. Hasil Uji Autokorelasi

| Autocorrelation | DW Statistic | p |
|-----------------|--------------|-------|
| 0.0868 | 1.82 | 0.274 |

Berdasarkan tabel 12 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai signifikansi 0.274 yang berarti nilai tersebut melebihi 0.05. Dengan demikian, data dalam penelitian ini tidak mengandung autokorelasi.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda merupakan teknik analisis data untuk mengukur pengaruh setiap variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). Regresi linear berganda digunakan pada penelitian yang memiliki dua variabel independent (X), yaitu *self control* (X1), dan pengetahuan etika konsumsi Islam (X2), serta satu variabel dependent (Y), yaitu perilaku konsumtif. Adapun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumtif

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1 = *Self Control*

X2 = Pengetahuan Etika Konsumsi Islam

e = Standar Error

Tabel 16. Hasil Uji T

| <i>Predictor</i> | <i>Estimate</i> | SE | t | p | <i>Stand. Estimate</i> |
|----------------------------------|-----------------|--------|--------|--------|------------------------|
| Intercept | 142.1715 | 13.637 | 10.426 | < .001 | |
| <i>Self Control</i> | -0.4915 | 0.101 | -4.867 | < .001 | -0.38107 |
| Pengetahuan Etika Konsumsi Islam | -0.0150 | 0.136 | -0.111 | 0.912 | -0.00866 |

Berdasarkan pada tabel 12 maka dapat diketahui persamaan regresi linear berganda, antara lain sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$\text{Perilaku Konsumtif} = 142.1715 - 0.4915 \text{ Self Control} - 0.0150 \text{ Pengetahuan Etika Konsumsi Islam} + e$$

Melalui persamaan analisis regresi linear berganda diatas maka dapat menjelaskan hasil analisis, antara lain sebagai berikut :

- a) Nilai Konstanta sebesar 142.1715 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut positif. Hal ini memiliki arti yaitu jika variabel independent yang meliputi *self control*, dan pengetahuan etika konsumsi Islam bernilai 0, maka perilaku konsumtif sebesar 142.1715.
- b) Nilai koefisien variabel *self control* yaitu -0.4915 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut negatif. Hal ini memiliki arti bahwa variabel *self control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- c) Nilai koefisien variabel pengetahuan etika konsumsi Islam yaitu -0.0150 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut negatif. Hal ini memiliki arti bahwa variabel pengetahuan etika konsumsi Islam berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Adapun uji regresi linear berganda pada penelitian ini meliputi :

a. Uji T

Dalam penelitian ini uji T dilakukan untuk menguji hipotesis terkait pengaruh dari masing-masing variabel. Sehingga uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Adapun dasar pengambilan kesimpulan dari hasil uji T sebagai berikut :

- I. Jika nilai signifikansi uji T $> 0,05$ maka *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam tidak berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
- II. Jika nilai signifikansi uji T $< 0,05$ maka *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Pada tabel 12 diatas merupakan hasil analisis uji T yang telah diolah menggunakan *software* Jamovi. Berdasarkan tabel tersebut, maka hasil analisis uji T pada masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Hipotesis Pertama

Berdasarkan pada tabel 12 diatas nilai signifikansi pada variabel *self control*, yaitu sebesar 0.001 yang berarti bahwa nilai tersebut < 0.05 . Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

2) Hipotesis Kedua

Berdasarkan pada tabel 12 diatas nilai signifikansi pada variabel pengetahuan etika konsumsi Islam, yaitu sebesar 0.912 yang berarti bahwa nilai tersebut > 0.05 . Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan etika konsumsi islam tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan. Adapun dasar pengambilan kesimpulan dari hasil uji F sebagai berikut :

- I. Jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam tidak berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
- II. Jika nilai signifikansi $F < 0,05$ maka *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Pada tabel di bawah ini merupakan hasil dari uji f, diantaranya :

Tabel 17. Hasil Uji F

| Variabel | F | df | p |
|---------------------|------|-----|----------|
| <i>Self Control</i> | 25.5 | 148 | $< .001$ |

| | | | |
|-------------------|------|-----|--------|
| Pengetahuan Etika | 12.6 | 147 | < .001 |
| Konsumsi Islam | | | |

Berdasarkan pada tabel 13 diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai dari uji F baik variabel *self control* maupun pengetahuan etika konsumsi Islam memiliki signifikansi 0.001 yang dapat diartikan bahwa nilai tersebut < 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk menginterpretasikan dalam bentuk persentase antara pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Tingkat pengukuran tersebut berkisar antara 0 hingga 1, sehingga semakin besar nilai koefisien determinasi maka akan semakin baik kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Pada tabel dibawah ini merupakan hasil dari uji koefisien determinasi :

Tabel 18. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R | R ² | Adjusted R ² |
|-------|-------|----------------|-------------------------|
| 1 | 0.383 | 0.147 | 0.141 |
| 2 | 0.383 | 0.147 | 0.135 |

Berdasarkan pada tabel 14 diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai R dan *R-square* baik model 1 (*self control*) maupun model 2 (*self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam) didapatkan hasil yang sama, yaitu 0.383 dan 0.147. Sedangkan untuk nilai Adjusted R² model 1 (*self control*) lebih bagus daripada model 2 (*self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam), hal ini dikarenakan variabel pengetahuan etika konsumsi Islam tidak memiliki pengaruh terhadap

variabel perilaku konsumtif. Dengan demikian, variabel independen yang meliputi *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam mampu menjelaskan informasi pada variabel dependen (Y) berupa perilaku konsumtif sebesar 38,3%, sedangkan sisanya yaitu 61,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

D. Pembahasan

Berdasarkan pada hasil uji analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, variabel *self control* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dikarenakan hasil uji analisis data menunjukkan nilai 0.001 yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0.05. *Self control* merupakan salah satu potensi dalam diri seorang individu yang dapat dikembangkan dan digunakan, termasuk dalam menghadapi keadaan yang terdapat di lingkungan sekitarnya. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa *self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi alasan mengapa *self control* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu faktor internal (usia dan kematangan) dan faktor eksternal (lingkungan keluarga dan budaya). Kemampuan untuk mengontrol diri seorang individu akan terus berkembang seiring dengan bertambahnya usia. Oleh karena itu, seorang mahasiswa harus dapat membentuk pribadi yang konsisten, serta tidak mudah kehilangan pengendalian ini. Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi *self control* terhadap perilaku konsumtif ialah *perceived behavioral control* (PBC).

Perceived behavioral control (PBC) menunjukkan bahwa tingkat kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perbuatan tertentu dapat meningkatkan motivasi seseorang. Hal ini dikarenakan jika seseorang memiliki keyakinan yang kuat terhadap faktor-faktor yang memfasilitasi suatu perilaku, maka orang tersebut akan memiliki persepsi yang kuat terkait kemampuan untuk mengontrol perilakunya begitupun sebaliknya (Nugroho et al., 2017). Dalam hal ini, mahasiswa yang memiliki kemampuan *self control* yang baik atau tinggi akan mampu untuk mengatur perilaku dengan kemampuan dirinya, serta akan mempertimbangkan hal-hal yang sesuai dengan dirinya namun tetap memikirkan perasaan orang tua serta teman sebayanya,

namun sebaliknya jika mahasiswa memiliki kemampuan *self control* yang kurang baik atau rendah maka tidak akan mampu untuk mengatur perilaku dengan kemampuan dirinya, serta tidak dapat menghindar dari perilaku konsumtif karena tidak dapat mempertimbangkan hal-hal yang sesuai dengan dirinya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *self control* yang dimiliki mahasiswa Universitas Islam Indonesia, maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya. Namun, apabila semakin rendah *self control* yang dimiliki, maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dikaji oleh Abdullah et al. (2022) yang menyatakan bahwa semakin baik pengendalian diri mahasiswa maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Berdasarkan pada hasil uji analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, variabel pengetahuan etika konsumsi Islam tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Karena hasil uji analisis data menunjukkan nilai 0.912 yang artinya nilai signifikansi lebih besar daripada 0.05. Menurut Supriadi dan Ahmad (2020) konsumsi diartikan sebagai suatu kegiatan terhadap pengalokasian harta kekayaan secara baik dan tepat, sedangkan dalam Islam, konsumsi diartikan sebagai penggunaan atas suatu produk yang baik dan jauh dari hal yang diharamkan, serta memotivasi pelakunya untuk melakukan kegiatan sesuai dengan prinsip konsumsi berupa dapat bermanfaat. Kemudian, pengetahuan etika konsumsi Islam ialah pengetahuan seseorang terkait makna dari teori-teori etika konsumsi dalam Islam maupun konsep-konsep yang telah dipelajari (Supriadi & Ahmad, 2020). Dalam penelitian ini, pengetahuan terkait etika konsumsi Islam tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dikarenakan adanya pengetahuan terkait etika konsumsi Islam yang dimiliki tidak akan mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan pembelian produk yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan penelitian Siallagan et al. (2021) yang menyatakan bahwa munculnya perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal tersebut meliputi gaya hidup, usia kepribadian, harga diri, motivasi, observasi, sikap

dan keyakinan. Sedangkan faktor eksternal tersebut meliputi kebudayaan, kelompok sosial, keluarga, dan kelas sosial.

Hasil dalam penelitian ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Kadri (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan etika konsumsi Islam tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara T.A 2020/2021. Hal ini dikarenakan pengetahuan terkait etika konsumsi Islam yang dimiliki tidak mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan kegiatan konsumsi.

Berdasarkan pada hasil uji analisis data simultan f yang telah dilakukan oleh peneliti, variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini dikarenakan hasil uji analisis data menunjukkan nilai 0.001 yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0.05. sehingga, dapat diartikan bahwa variabel *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam secara serempak mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal ini dikarenakan mahasiswa Universitas Islam Indonesia memiliki *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam yang tinggi, sehingga dapat mendukung mereka dalam menjauhi perilaku konsumtif. Begitupula sebaliknya, jika *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam yang dimiliki mahasiswa Universitas Islam Indonesia menurun maka mereka akan sulit untuk menjauhi perilaku konsumtif karena mereka akan lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan yang mana akan berdampak buruk bagi mahasiswa karena perilaku konsumtif selain dapat mengurus pendapatan, juga dapat menimbulkan sifat boros dan sifat boros merupakan sifat setan (Abdullah et al., 2022). Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Al-Isra ayat 26-27 yang berbunyi :

وَاتِّدَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ ۖ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (٢٦) إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ ۖ كَفُورًا (٢٧)

Artinya : “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara

setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” Al-Isrā' [17]:26-27. Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah melarang untuk menghambur-hamburkan harta yang dimiliki dengan hal yang tidak mengandung maslahat di dalamnya karena hal tersebut merupakan sifat setan. Selain itu, sikap berlebihan atau konsumtif bukan hanya dapat merusak individu saja bahkan dapat merusak masyarakat (Habibullah, 2017). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jika salah satu dari variabel *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam baik mengalami peningkatan maupun penurunan maka akan berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Muhammad (2022) yang menyatakan bahwa semakin meningkat *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam seorang individu maka akan terhindar dari perilaku konsumtif. Begitupun sebaliknya, jika semakin menurun *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam seorang individu maka besar kemungkinan akan berperilaku konsumtif.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Self control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Pernyataan tersebut dibuktikan oleh hasil analisis data pada uji t yang menunjukkan nilai signifikansi $< \alpha$ yaitu $0.001 < 0.05$ yang artinya bahwa H_1 diterima. Hal ini dikarenakan mahasiswa yang memiliki kemampuan *self control* yang baik atau tinggi akan mampu untuk mengatur perilaku dengan kemampuan dirinya, serta akan mempertimbangkan hal-hal yang sesuai dengan dirinya. Namun sebaliknya, jika maka mahasiswa memiliki kemampuan *self control* yang kurang baik atau rendah maka tidak akan mampu untuk mengatur perilaku dengan kemampuan dirinya, serta tidak dapat menghindar dari perilaku konsumtif karena tidak dapat mempertimbangkan hal-hal yang sesuai dengan dirinya.
2. Pengetahuan etika konsumsi Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Pernyataan tersebut dibuktikan oleh hasil analisis data pada uji t yang menunjukkan nilai signifikansi $> \alpha$ yaitu $0.912 > 0.05$ yang artinya bahwa H_2 ditolak. Hal ini dikarenakan pengetahuan terkait etika konsumsi Islam yang dimiliki tidak akan mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan pembelian produk yang diinginkan
3. *Self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Pernyataan tersebut dibuktikan oleh hasil analisis data pada uji simultan f yang menunjukkan nilai signifikansi $< \alpha$ yaitu $0.001 < 0.05$ yang artinya bahwa H_3 diterima. Hal ini dikarenakan mahasiswa yang memiliki kemampuan *self control* dan

pengetahuan etika konsumsi Islam yang baik atau tinggi, sehingga akan mampu mendukung mereka dalam menjauhi perilaku konsumtif. Begitupula sebaliknya, jika *self control* dan pengetahuan etika konsumsi Islam yang dimiliki mahasiswa menurun maka mereka akan sulit untuk menjauhi perilaku konsumtif.

B. Saran

Setelah dilakukannya penelitian ini, maka peneliti memiliki beberapa saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat dijadikan sebagai acuan penelitian yang lebih baik di masa yang akan datang. Selain itu, saran juga ditujukan kepada mahasiswa agar dapat menghindari perilaku konsumtif. Beberapa saran yang dapat peneliti berikan, yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu untuk dapat melaksanakan penelitian yang sama dengan menggunakan jenis penelitian yang berbeda untuk hasil penelitian yang lebih beragam, dan diharapkan mampu untuk dapat memperbaharui variabel dalam penelitian.
2. Bagi mahasiswa diharapkan untuk dapat melakukan pertimbangan yang rasional, serta diharapkan dapat mementingkan kebutuhan daripada keinginan ketika melakukan konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., Kurnadi, E., & Apriyani, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(1).
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI UNIVERSITAS ESA UNGGUL. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 34.
- Anafila, H., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Bagi Mahasiswa. *PSIKODINAMIKA : Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 020–027.
- Candra, Y., Nastasia, K., & Fenia, S. Z. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMAN 10 Padang. *Bisnis Dharma Andalas*, 23(1).
- Dikria, O., & Umi Mintarti, S. W. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2). <https://doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128>
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2009). *How to Design and Evaluate Research in Education* (8th ed.).
- Fromm, E. (2019). *Mempunyai atau Mengada* (A. K. Sari (ed.)). IRCiSoD.
- Habibullah, E. S. (2017). Etika Konsumsi Dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Hamdi, B. (2022). Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah). *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>
- Iyer, G. R., Blut, M., Xiao, S. H., & Grewal, D. (2020). Impulse buying : a meta-analytic

review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 384–404.

Kadri, H. A. (2022). Dampak Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara T.A 2020/2021. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam*, 2(3), 1–14.

Kemendikbud. (2022). *Daftar Program Studi Universitas Islam Indonesia*. Pddikti.Kemdikbud.Go.Id.
https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/OTQyNzMzMdUtODM0Qi00ODZFLUE3OTYtNzhDRThDOEZBRjJE

Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MODERNITAS INDIVIDU, UANG SAKU DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI S1 PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN TAHUN 2016 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1).
<https://doi.org/10.17977/UM014v12i12019p061>

Muhammad, M. (2022). PENGARUH KONTROL DIRI DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI UNESA 2018. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 61–70.
<http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/>

Mutrofin, L. (2018). PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA, KONTROL DIRI DAN RESPON PADA IKLAN TERHADAP POLA PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI, JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN, UNIVERSITAS NEGERI MALANG. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/2930/1980>

Nugroho, A. P., Hidayat, A., & Kusuma, H. (2017). The influence of religiosity and self-efficacy on the saving behavior of the slamic banks. *Banks and Bank Systems*, 12(3), 35–47. [https://doi.org/10.21511/bbs.12\(3\).2017.03](https://doi.org/10.21511/bbs.12(3).2017.03)

- Nugroho, A. P., & Karim, L. (2023). The Influence of Islamic Business Ethics On The Use of OVO: A Unified Theory of Acceptance And Use of Technology 2 (UTAUT 2) Approach. *Return : Study of Management, Economic and Bussines*, 3(04), 389–399. <https://doi.org/10.57096/return.v3i04.92>
- Nurjanah, S., Mukhtar, S., Ulfatmi, E., & Triningsih, N. (2019). PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. *PARAMETER: Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*, 31(2), 124–133. <https://doi.org/10.21009/parameter.312.05>
- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 4(1), 25–34. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>
- Profil Fakultas Ilmu Agama Islam*. (2022). Fis.Uii.Ac.Id. <https://fis.uui.ac.id/>
- Profil Universitas Islam Indonesia*. (2021, December 14). Uii.Ac.Id. <https://www.uui.ac.id/profil/>
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo*, 7(1), 37–46.
- Siallagan, A. M., Derang, I., & Nazara, P. G. (2021). HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADAMAHASISWA DI STIKes SANTA ELISABETH MEDAN. *Jurnal Darma Agung Husada*, 8. <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/darmaagunghusada/article/view/952%5C>
- Strömbäck, C., Lind, T., Skagerlund, K., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2017). Does self-control predict financial behavior and financial well-being? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 14, 30–38. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.04.002>
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, UANG ELEKTRONIK, DEMOGRAFI, GAYA HIDUP, DAN KONTROL DIRI

TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1).

Sumartun, & Nugrahini, D. S. (2022). PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG EKONOMI SYARIAH DAN PENGALAMAN KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMSI (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan Tahun 2018-2021). *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 62–78.

Supriadi, & Ahmad, N. I. (2020). Pemahaman Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1).

Treiblmaier, H., & Filzmoser, P. (2011). *Benefits From Using Continuous Rating Scale in Online Survey Research*. 1–13.
<https://aisel.aisnet.org/icis2011/proceedings/researchmethods/1/>

Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KUALITAS PEMBELAJARAN DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 9(2).

Younas, W., Javed, T., Kalimuthu, K. R., Farooq, M., Rehman, F. K., & Raju, V. (2019). Impact of Self-Control, Financial Literacy and Financial Behavior on Financial Well-Being. *The Journal of Social Sciences Research*, 51, 211–218.
<https://doi.org/10.32861/jssr.51.211.218>

Zhou, F., Sulaiman, Z. B., Wang, L., Yi, Z., Yuan, M., Su, W., & Zhang, Z. (2022). The impact of price sensitivity and ethical consumption on millennial utilitarian consumer behaviour. *Journal of the Association for Consumer Research*, 28(3), 16–31. <https://doi.org/10.46970/2022.28.3.2>

Zollo, L., Yoon, S., Rialti, R., & Ciappei, C. (2018). Ethical consumption and consumers'

decision making: the role of moral intuition. *Management Decision*, 56(3), 692–710.

<https://doi.org/10.1108/MD-10-2016-0745>

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Screenshot Google Form Penelitian



KUESIONER PENELITIAN PENGARUH SELF CONTROL DAN PENGETAHUAN ETIKA KONSUMSI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Siti Fahriyah mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia sedang melakukan penelitian mengenai "**Pengaruh Self Control dan Pengetahuan Etika Konsumsi Islam terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia**" untuk menyusun skripsi kepentingan tugas akhir.

Sehubungan dengan itu, saya membutuhkan kerjasama dan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Saya harapkan saudara/i mengisi kuesioner ini dengan sungguh-sungguh agar didapatkan data yang valid. Jawaban yang saudara/i berikan akan dirahasiakan dan hanya akan digunakan untuk penelitian ini. Terdapat reward berupa saldo *e-money* sebesar Rp. 20.000 untuk 10 orang yang beruntung mengisi kuesioner ini secara lengkap.

Terima kasih atas kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini, semoga kebaikan saudara/i mendapat balasan dari Allah SWT. Atas perhatian dan partisipasinya, Saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

| Variabel <i>Self Control</i> (X1) | | | | | | | | | | |
|---|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Pertanyaan | Alternatif Jawaban | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Kontrol Perilaku (<i>Behavior Control</i>) | | | | | | | | | | |
| Saya dapat menahan untuk tidak berbelanja agar dapat menghemat uang bulanan | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Saya dapat mengatur keuangan dengan baik, agar dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan. | | | | | | | | | | |
| Saya tidak mampu mengatur keuangan untuk membeli barang disaat uang menipis | | | | | | | | | | |
| Saya kehabisan uang bulanan sebelum waktunya | | | | | | | | | | |
| Kontrol Kognitif (<i>Cognitive Control</i>) | | | | | | | | | | |
| Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli sesuatu | | | | | | | | | | |
| Saya sulit menahan diri ketika berbelanja | | | | | | | | | | |
| Saya sulit menahan keinginan untuk membeli barang-barang menarik yang saya lihat di toko | | | | | | | | | | |
| Saya sulit menghindari masuk ke pusat perbelanjaan pada saat diskon | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Saya melakukan setiap tindakan tanpa mempertimbangkannya | | | | | | | | | | |
| Saya menghindari pergi ke pusat perbelanjaan pada saat diskon | | | | | | | | | | |
| Mengontrol Keputusan (<i>Decesional Control</i>) | | | | | | | | | | |
| Saya dapat menunda pembelian sebuah produk | | | | | | | | | | |
| Saya lebih senang menabung daripada membeli yang tidak perlu | | | | | | | | | | |
| Saya bergantung pada orang lain dalam mengambil keputusan | | | | | | | | | | |
| Saya mengambil keputusan dengan terburu-buru | | | | | | | | | | |

| Variabel Pengetahuan Etika Konsumsi Islam (X2) | | | | | | | | | | |
|---|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Pertanyaan | Alternatif Jawaban | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Memperhatikan Prioritas dari Kebutuhan | | | | | | | | | | |
| Ketika mengkonsumsi saya tidak mengutamakan | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| keinginan hawa nafsu karena saya mengetahui bahwa dalam pendapatan saya pun ada hak-hak orang lain | | | | | | | | | | |
| Ketika berhutang, saya pasti akan segera melunasinya | | | | | | | | | | |
| Saya tidak menghambur-hamburkan harta untuk hal-hal yang tidak perlu dan diluar kebutuhan | | | | | | | | | | |
| Mengonsumsi Produk yang Halal | | | | | | | | | | |
| Saya selalu menghindari perilaku konsumsi yang diharamkan oleh syariat islam | | | | | | | | | | |
| Saya mengetahui zat mana yang halal dikonsumsi | | | | | | | | | | |
| Saya mengetahui zat mana yang haram dikonsumsi | | | | | | | | | | |
| Mengutamakan Masalah | | | | | | | | | | |
| Tujuan konsumsi dalam Islam adalah | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| untuk mewujudkan masalah dunia dan akhirat | | | | | | | | | | |
| Saya menganggap bahwa konsumsi sebagai bagian dari ibadah | | | | | | | | | | |
| Saya senang bersedekah untuk membantu orang yang membutuhkan | | | | | | | | | | |
| Sederhana dalam Konsumsi | | | | | | | | | | |
| Dalam perilaku konsumsi harus sesuai dengan batas kesanggupan kemampuan finansial | | | | | | | | | | |
| Dalam kegiatan konsumsi yang kita lakukan harus berdasarkan kemurahan hati atau tidak serakah | | | | | | | | | | |
| Saya merasa bebas mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya tanpa mendzalimi pihak lain | | | | | | | | | | |

| Variabel Self Control (X1) | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Pertanyaan | Alternatif Jawaban | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Pemenuhan Keinginan | | | | | | | | | | |
| Saya merasa senang setelah membeli barang sejenis namun berbeda merek | | | | | | | | | | |
| Saya membeli suatu barang karena kemasannya menarik | | | | | | | | | | |
| Saya merencanakan terlebih dahulu barang apa yang akan saya beli | | | | | | | | | | |
| Potongan harga dari suatu barang bukan menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli | | | | | | | | | | |
| Barang Diluar Jangkauan | | | | | | | | | | |
| Saya tidak membatasi anggaran dalam membeli barang | | | | | | | | | | |
| Semakin mahal suatu barang yang saya beli maka saya semakin bangga | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Saya meminjam uang ke orang lain untuk membeli suatu barang | | | | | | | | | | |
| Potongan harga dari suatu barang bukan menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli | | | | | | | | | | |
| Saya mempertimbangkan harga dari barang yang ingin saya beli | | | | | | | | | | |
| Barang Tidak Produktif | | | | | | | | | | |
| Saya tidak mengetahui manfaat dari produk yang saya beli, yang penting bagi saya memiliki produk tersebut | | | | | | | | | | |
| Saya membeli produk hanya untuk dikoleksi saja | | | | | | | | | | |
| Saya membeli produk yang baru meskipun yang lama masih bisa digunakan | | | | | | | | | | |
| Saya senang menggunakan uang saku saya untuk makan, | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| daripada untuk membeli barang yang tidak diperlukan | | | | | | | | | | |
| Status | | | | | | | | | | |
| Saya senang membeli produk yang sedang trend agar tidak ketinggalan zaman | | | | | | | | | | |
| Saya bangga memiliki produk yang bermerek | | | | | | | | | | |
| Saya membeli produk yang sedang trend meskipun saya sudah mempunyai produk sejenis | | | | | | | | | | |
| Saya hanya akan membeli produk jika produk sejenis sudah habis | | | | | | | | | | |
| Saya lebih memilih tidak membeli produk berdasarkan keinginan, karena bagi saya yang penting manfaat produk tersebut | | | | | | | | | | |
| Produk yang sedang trend tidak harus saya miliki | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Bagi saya, tidak perlu memaksakan diri untuk menggunakan suatu produk hanya karena ingin diperhatikan orang lain | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

Lampiran 3 : Data Karakteristik Responden

| Nama | Usia | Asal Fakultas | No. Whatsapp | Email | Uang saku per bulan | Produk yang beli tanpa perencanaan | Etic Consent |
|----------------------------------|------|---------------|--------------|----------------------------------|-------------------------------|---|--------------|
| Ulfia | 23 | FIAI | 082314756720 | Ulfia.afifa23@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan | Setuju |
| PANDINI | 23 | FIAI | 081389020574 | dinimardiata13@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Kecantikan, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Nurfauzi Muhammad | 20 | FH | 082216181197 | Nurfauzim3@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan | Setuju |
| Figrotinnisa | 22 | FTSP | 081324102001 | otinaanisa@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan | Setuju |
| Zidny | 22 | FIAI | 082235832791 | Zidnyalfidymarhaeni077@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Kecantikan, Makanan | Setuju |
| Bunga Rafly Fauzi | 22 | FMIPA | 089603015751 | 19612145@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Kecantikan | Setuju |
| Mizan | 23 | FMIPA | 081251181384 | mhmdmizan1607@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion | Setuju |
| Cici | 22 | FIAI | 082324679639 | Cicitrimul05@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Zahrana | 21 | FPSB | 082251128756 | 19320127@student.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Aksesoris | Setuju |
| hanan yuliana | 22 | FIAI | 08979038783 | hananyuliana30@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Shofi | 22 | FPSB | 089602222415 | shofifahro8@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Kecantikan | Setuju |
| Manik Almira | 21 | FBE | 089538081817 | manikalmira@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| bela | 22 | FTI | 082252594856 | bellanisa98@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Fashion | Setuju |
| Aisyah Nur Syarifatul Maulidiyah | 24 | FIAI | 081290937312 | aisyah.nsm20@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Fashion | Setuju |
| Dea Fatika Putri | 22 | FIAI | 089635303808 | 19423158@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Nur Hanifah | 22 | FMIPA | 082127055405 | nurhanifah121214@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Kecantikan, Makanan | Setuju |
| Berry | 22 | FTI | 081329736465 | berry.harada54@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Fachrozy aprizal p.p | 22 | FTI | 082340691131 | Kiplisekali@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Seno | 22 | FTI | 087887254490 | suseno230101@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Indah Khomariyah | 22 | FTI | 085888079629 | 19524040@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Anis Amrina Hafan | 22 | FIAI | 081328591219 | anisamrinahafan@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Deviana | 23 | FIAI | 085386520354 | tamarindeviana0112@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Syifa | 24 | FPSB | 081326618949 | syifaarohmah208@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion, Kecantikan | Setuju |
| Aleina | 23 | FBE | 085693786575 | aleinanamira31@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan | Setuju |
| Nufi | 21 | FH | 085839057428 | fihayatinnufus@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Kecantikan, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Nabila | 22 | FMIPA | 085720413286 | nabila.khairunnisa.cp@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Ra'if Faishal Hidayat | 20 | FH | 085336109588 | rfaishalhidayat@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Muhammad Novri Arfani | 21 | FMIPA | 081632138528 | novriarfani4@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan | Setuju |
| Humam | 21 | FIAI | 081381703110 | 19423097@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion | Setuju |
| Muhammad ryas fatiha kesuma | 23 | FIAI | 088707000523 | ryasmuhammad99@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Jimi | 23 | FMIPA | 085641195919 | Muhammadnajmuzaman00@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Nurul Rohmahwati | 22 | FIAI | 082223160482 | nurulrohmahwati3@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Hasna Miladiya Mumtaz | 22 | FIAI | 089538417579 | hasnamumtaz3@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan | Setuju |
| Dewangga Pramudya | 20 | FTI | 081224665750 | dewanggapramudya5758@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Aksesoris | Setuju |
| TRI MULYANTO | 22 | FTI | 085743973910 | 19525150@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Hariyanti | 22 | FIAI | 082187666277 | 19423075@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion | Setuju |
| Radit | 22 | FTI | 082210073171 | raditaph@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Aksesoris | Setuju |
| Fara Herawati | 21 | FIAI | 081271191795 | faraherawati@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Kecantikan, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Salman Alfari | 22 | FIAI | 085641855193 | 19423086@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Makanan, Aksesoris | Setuju |
| M.Zaki Ghifari | 22 | FPSB | 085707332043 | zakighifari5@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Bagas Saputra | 22 | FTSP | 082133985499 | saputrabagas026@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| INDAH MUTIA AZIZAH | 18 | FMIPA | 082168202311 | indahmutiaazizah@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Riyan Indra Wijaya | 23 | FH | 081218610500 | riyansajja2016@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Abdul Kamil | 23 | FPSB | 087787189334 | kamielmahrus01@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Rizki Budi Prabowo | 21 | FTI | 083861114335 | 19525087@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Arrakha Alim Musthafa | 22 | FTI | 089538687104 | raka.adja72@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Aksesoris | Setuju |
| Hafizh Prasetyo Adi | 21 | FH | 089509018423 | hafizhprasetyo7@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Nadlif Zeidan Bashirah | 21 | FIAI | 083820859054 | 19423132@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Fashion | Setuju |
| Firda Nuraini | 22 | FH | 089687524582 | nurainifirda16@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan | Setuju |

| | | | | | | | |
|-----------------------------|----|-------|----------------|-------------------------------|-------------------------------|---|--------|
| Regawa | 22 | FTI | 082130229029 | 19525131@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Dhana Saiful Khaqo | 22 | FIAI | 085799804643 | danasaeful@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Fashion | Setuju |
| Muhammad Rafi Geraldny | 22 | FTI | 081299859587 | 19525065@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Apri Zulfiyana | 23 | FPSB | 082289160291 | aprizulfiyana14@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion | Setuju |
| Dwiki Putra | 20 | FMIPA | 08895676321 | oktavian.dwikiputra@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Fashion | Setuju |
| Wikan Pinayung | 19 | FH | 081391988791 | wikanp14@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Kecantikan | Setuju |
| Syaifullah Achmad | 22 | FIAI | 082112021038 | syaifullahachmad0@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Rayyan mubarak mahy | 22 | FH | 082135498890 | rayyanr15@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Rahmawati Fauziah | 22 | FTSP | 081381719007 | rahma7097@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Fashion, Kecantikan, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Farhan Faturachman | 22 | FIAI | 085222312087 | 19423068@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Andi Tahrn Purnomo | 23 | FIAI | 085877539779 | anditahrn00@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Aksesoris | Setuju |
| Kinanti Melati Putri | 20 | FTSP | 081226009715 | 21513155@students.uui.ac.id | Rp. 3.100.000 - Rp. 4.000.000 | Makanan | Setuju |
| Audry Fitri | 21 | FIAI | 087832156669 | 19423109@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan | Setuju |
| Fitriani | 22 | FTSP | 081329736465 | ani014152@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Muhammad Yasyskur Ra'if | 21 | FTI | 082217156077 | 19525139@students.uui.ac.id | > Rp. 5.100.000 | Fashion, Aksesoris | Setuju |
| Miftahul Anwar | 22 | FIAI | 082146595403 | 19423144@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Fitria u | 21 | FH | 089562933679 | fitriaulh28@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Mukhamad Hanif Khoerul Anam | 23 | FBE | 081227190497 | Hanifkhoerul46@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Kecantikan, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Alfi Asyrafillah Ahd | 22 | FTSP | 081523765823 | alfiasyrafillah@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| CARISSA LAYYINA ZAHRA | 21 | FIAI | 082125712290 | 19423057@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Kecantikan, Makanan | Setuju |
| Syauci | 22 | FBE | 082339489422 | syaucisdh99@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion | Setuju |
| Muhamad Nur Ichsan | 22 | FIAI | 081903133185 | 19423061@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Ilham Rizgyakbar | 22 | FTI | 081326768372 | 19523066@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Lubna | 21 | FTSP | 082291704959 | mayourilubna412@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion | Setuju |
| Anggivan Setiawan | 22 | FTI | 081335330288 | Anggivyansetiawan@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Kecantikan, Makanan | Setuju |
| GINA ZIDNI ILMU | 22 | FBE | 081391118235 | gzidnilmi@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Bell | 23 | FPSB | 081215555992 | 19320064@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Dina Arista Komalasari | 22 | FH | 088200659342 | aristadinaa8@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion, Makanan | Setuju |
| Rizqika Ario Pratama | 23 | FTSP | 085211363881 | qikaakira@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Aksesoris | Setuju |
| F | 21 | FPSB | 081312781361 | farikhays@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Kecantikan, Makanan | Setuju |
| Revinanda Amda Anisa | 22 | FTSP | 081273656695 | anisarevi2000@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Honesty | 21 | FIAI | 08994272345 | honestyartanti@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Ziddan Abdul Malik | 22 | FIAI | 081393641238 | ziddanabdul@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan | Setuju |
| M.A Najib | 23 | FTSP | 082138185805 | 19422058@student.UILAC.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion | Setuju |
| Muhamad Taufik | 22 | FH | 087725819189 | Znur78256@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion, Aksesoris | Setuju |
| Nidaan Khofiya | 21 | FIAI | 0812 8249 3344 | 19423103@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Kecantikan, Makanan | Setuju |
| Anisa Widaningrum | 22 | FIAI | 087803857959 | anisawidaningrum9@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Fashion | Setuju |
| Ghamalaisa Nurfathu Nisa | 22 | FIAI | 082113150103 | ghamalaisanisa@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Zaida Tsabita | 21 | FIAI | 085159566365 | 19423171@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Aksesoris | Setuju |
| Fadillah | 22 | FIAI | 089506762685 | 19423130@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Aksesoris | Setuju |
| Mai | 23 | FTSP | 081... | Maimai | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Galih | 22 | FBE | 085727144381 | 19311194@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Naili Faiqoh | 23 | FIAI | 088227219468 | 19423034@students.uui.ac.id | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan | Setuju |
| Aida Fitriyah | 22 | FIAI | 081280735874 | Aidafitriyah228@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan | Setuju |
| Aldona sintawati | 20 | FIAI | 082184343442 | donasinta2001@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan | Setuju |
| Putri | 22 | FPSB | 082387453078 | Putriamalia170401@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion | Setuju |
| Naufal Moh Shiddiq | 22 | FBE | 082115013242 | naufalshiddiq88@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan | Setuju |
| Erik Saputra | 23 | FPSB | 085226401567 | 19321199@students.uui.ac.id | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion | Setuju |
| Nuhan Saai | 24 | FIAI | 089523449898 | nuhansaai@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Kecantikan, Makanan | Setuju |
| Siti suherni | 21 | FPSB | 087800137811 | hernyherny193@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion | Setuju |

| | | | | | | | |
|----------------------------------|----|-------|--------------|--------------------------------|-------------------------------|---|--------|
| Gladiola Jiisa | 19 | FTI | 085342151579 | Gladiol.jiisa@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Syavira Susriza Fitri | 22 | FMIPA | 089624359507 | syavirasusriza@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Kecantikan, Makanan | Setuju |
| Vira Anjeli | 20 | FH | 085272823069 | anjelivira145@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Bahrudin muslim Effendy | 22 | FIAI | 082239854505 | 19423003@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Tsani | 22 | FPSB | 087748767706 | 19323126@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| yulia | 22 | FBE | 081317787385 | yuliarahayuyastiti@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Kecantikan, Makanan | Setuju |
| Maulana Awalsyah | 22 | FH | 082283807416 | maulana161101@gmail.com | > Rp. 5.100.000 | Fashion, Aksesoris | Setuju |
| Kumala Maulidina | 23 | FMIPA | 085850170868 | 20612059@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Nur Anta Muthia Nanden | 22 | FIAI | 081365974635 | 19422043@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Fashion | Setuju |
| Amlima Salae | 22 | FIAI | 088221715045 | 19423201@students.uui.ac.id | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion, Makanan | Setuju |
| Akhmad Abdussalam | 23 | FTSP | 08985624562 | abdussalam38004@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Sindy wahyuni | 22 | FH | 082325701208 | Sindywahyuni07@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Alif Hg | 21 | FPSB | 082153559120 | Alifalif1901@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Fashion | Setuju |
| Fariyah Arifah | 22 | FIAI | 085771075444 | fariyah.arifah@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Bagas Wahyu Hidayat | 23 | FBE | 082133987214 | bagaswhy12@gmail.com | > Rp. 5.100.000 | Aksesoris | Setuju |
| Luthfiatun Nisa Amaliyah Faiz | 23 | FMIPA | 081389918021 | 19612128@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Fashion, Kecantikan, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Khilma Mumtazah | 22 | FTSP | 081371424885 | 20513143@students.uui.ac.id | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Zein Muhammad Fachri | 22 | FBE | 081228120113 | zeinfachri93@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Ghaniy Armyandita | 23 | FH | 089539404455 | Arthaarmyandita@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Kecantikan, Makanan | Setuju |
| Meishafni Auranie Syahyara Putri | 22 | FIAI | 082120109275 | 19423186@gmail.com | Rp. 4.100.000 - Rp. 5.000.000 | Kecantikan | Setuju |
| Syifa Urrahmah | 23 | FBE | 082144623772 | Syifaurremah43@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion | Setuju |
| Luqmanulhakim | 22 | FH | 081292746497 | luqmanul2001@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan | Setuju |
| Anisa | 23 | FBE | 087839931066 | erinaanisa017@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Yusmatuhfa Ratih Salama | 20 | FIAI | 089538074497 | 21423105@students.uui.ac.id | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Abdul Raziq Chibly Sono | 22 | FTI | 082290326953 | chiblyson051@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan | Setuju |
| Ahmad | 21 | FIAI | 081930537339 | 21423028@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan | Setuju |
| Yanis Dita Pratiwi | 22 | FTSP | 081225938673 | 20513121@students.uui.ac.id | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan | Setuju |
| Ummaira Aisyah | 21 | FBE | 081329994075 | Ummairaaisyahlubis12@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Kecantikan, Aksesoris | Setuju |
| Hengky | 22 | FH | 087864508840 | kurniawan.hengky2309@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| NURIYA FINA WAHIDAH | 22 | FIAI | 089674491625 | 19423199@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Fayola | 21 | FTI | 085246698083 | fayola.akmal12@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion, Kecantikan, Makanan | Setuju |
| Fatah al jalil | 23 | FTI | 085283703661 | 19525133@students.uui.ac.id | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion | Setuju |
| Aris Nur Jatmiko | 23 | FTI | 085725042593 | arisyo321@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Faizah Halatur Aqla | 22 | FTSP | 082238027496 | 19513204@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| M FADLI EFRI ZIHAN | 22 | FTI | 0811773731 | mfadliefrizihan02@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| David roman | 23 | FTI | 085157730057 | kosin.kiper@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| IRSYAD JANNATA | 22 | FTI | 089542290769 | 19525068@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Sigit | 22 | FTI | 082349638995 | amazingadit92@gmail.com | Rp. 3.100.000 - Rp. 4.000.000 | Fashion | Setuju |
| Hazan | 22 | FTI | 085878786899 | hazanainulm@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Makanan | Setuju |
| Gede Agung Widaksono | 22 | FTI | 089602229733 | 19525106@students.uui.ac.id | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Fashion | Setuju |
| Laily Azkiyah | 22 | FBE | 081229820415 | lailyazkiyah22@gmail.com | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Arina Dina Salsabila | 21 | FTSP | 081390589082 | arinads28@gmail.com | Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000 | Makanan | Setuju |
| Kamilia Rokhmawati | 23 | FH | 088212569384 | Kamiliyarahmawati@gmail.com | < Rp. 1.000.000 | Fashion, Kecantikan, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| aldi yusfi | 23 | FPSB | 0 | 19320107@students.uui.ac.id | > Rp. 5.100.000 | Makanan | Setuju |
| Nisa Nabila | 22 | FMIPA | 081775469773 | 19612147@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Makanan | Setuju |
| Salsabila Yudika | 22 | FBE | 082210014220 | 19313264@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Kecantikan, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| chairunnisa | 22 | FTSP | 081377488361 | cairunsa@gmail.com | Rp. 4.100.000 - Rp. 5.000.000 | Makanan | Setuju |
| Langbhakti Nastia | 23 | FIAI | 085800155000 | 19423042@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Makanan, Aksesoris | Setuju |
| Dhela Via Astuti | 21 | FTI | 082178380363 | 19522278@students.uui.ac.id | Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 | Fashion, Kecantikan, Aksesoris | Setuju |
| Rajo Bagas Erindra | 22 | FTI | 081295070291 | 19525083@students.uui.ac.id | > Rp. 5.100.000 | Fashion | Setuju |
| Mudarissul akhyiar | 24 | FBE | 082232967646 | mudarissulakhyiar.6@gmail.com | Rp. 4.100.000 - Rp. 5.000.000 | Makanan | Setuju |

Item Reliability Statistics

| | Item-rest correlation | If item dropped | |
|--|-----------------------|---------------------|---------------------|
| | | Cronbach's α | McDonald's ω |

Item Reliability Statistics

| | Item-rest correlation | Cronbach's α | McDonald's ω |
|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| KP 29 ^a | 0.708 | 0.918 | 0.919 |
| KP 30 ^a | 0.722 | 0.917 | 0.918 |
| KK 31 ^a | 0.789 | 0.912 | 0.913 |
| KK 32 ^a | 0.817 | 0.910 | 0.911 |
| KK 33 ^a | 0.735 | 0.916 | 0.917 |
| KK 34 ^a | 0.783 | 0.912 | 0.914 |
| MK 35 ^a | 0.730 | 0.917 | 0.918 |
| MK 36 ^a | 0.692 | 0.919 | 0.921 |

^a reverse scaled item

Variabel Pengetahuan Etika Konsumsi Islam (X2)

Hasil Uji Validitas Pertama

Item Reliability Statistics

| | Item-rest correlation | If item dropped | |
|--------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| | | Cronbach's α | McDonald's ω |
| MPK 7 | 0.413 | 0.866 | 0.924 |
| MPK 8 | 0.703 | 0.842 | 0.913 |
| MPK 9 | 0.644 | 0.846 | 0.916 |
| MPH 10 | 0.725 | 0.841 | 0.913 |
| MPH 11 | 0.726 | 0.843 | 0.911 |
| MPH 12 | 0.780 | 0.842 | 0.907 |
| MM 13 | 0.779 | 0.841 | 0.908 |
| MM 14 | 0.823 | 0.839 | 0.906 |
| MM 15 | 0.754 | 0.841 | 0.909 |
| S 16 | 0.779 | 0.841 | 0.909 |
| S 17 | 0.528 | 0.856 | 0.919 |
| MM 37 ^a | -0.119 | 0.923 | 0.936 |

^a reverse scaled item

Hasil Uji Validitas Kedua

Item Reliability Statistics

| | Mean | Item-rest correlation | If item dropped | |
|--------|------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| | | | Cronbach's α | McDonald's ω |
| MPK 7 | 6.78 | 0.447 | 0.936 | 0.940 |
| MPK 8 | 8.21 | 0.734 | 0.914 | 0.930 |
| MPK 9 | 8.69 | 0.675 | 0.918 | 0.933 |
| MPH 10 | 7.97 | 0.743 | 0.914 | 0.930 |
| MPH 11 | 8.41 | 0.744 | 0.914 | 0.929 |
| MPH 12 | 9.01 | 0.801 | 0.913 | 0.925 |
| MM 13 | 8.87 | 0.798 | 0.912 | 0.926 |

Item Reliability Statistics

| | Mean | Item-rest correlation | If item dropped | |
|-------|------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| | | | Cronbach's α | McDonald's ω |
| MM 14 | 8.84 | 0.833 | 0.911 | 0.924 |
| MM 15 | 9.03 | 0.773 | 0.913 | 0.927 |
| S 16 | 8.81 | 0.786 | 0.913 | 0.927 |
| S 17 | 9.39 | 0.547 | 0.923 | 0.936 |

Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Item Reliability Statistics

| | Item-rest correlation | If item dropped | |
|--------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| | | Cronbach's α | McDonald's ω |
| PK 18 | 0.370 | 0.915 | 0.918 |
| PK 19 | 0.512 | 0.908 | 0.913 |
| BDJ 20 | 0.663 | 0.901 | 0.906 |
| BDJ 21 | 0.689 | 0.899 | 0.905 |
| BDJ 22 | 0.620 | 0.903 | 0.907 |
| BTP 23 | 0.749 | 0.896 | 0.900 |
| BTP 24 | 0.763 | 0.895 | 0.900 |
| BTP 25 | 0.714 | 0.898 | 0.902 |
| S 26 | 0.806 | 0.893 | 0.897 |
| S 27 | 0.529 | 0.907 | 0.912 |
| S 28 | 0.821 | 0.893 | 0.896 |

Item Reliability Statistics

| | Item-rest correlation | If item dropped | |
|--|-----------------------|---------------------|---------------------|
| | | Cronbach's α | McDonald's ω |

Item Reliability Statistics

| | Item-rest correlation | If item dropped | |
|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| | | Cronbach's α | McDonald's ω |
| PK 38 ^a | 0.762 | 0.931 | 0.937 |
| PK 39 ^a | 0.413 | 0.954 | 0.955 |
| BDJ 40 ^a | 0.818 | 0.928 | 0.934 |
| BDJ 41 ^a | 0.878 | 0.923 | 0.929 |
| BTP 42 ^a | 0.818 | 0.928 | 0.934 |
| S 43 ^a | 0.846 | 0.926 | 0.931 |
| S 44 ^a | 0.850 | 0.925 | 0.931 |
| S 45 ^a | 0.889 | 0.922 | 0.928 |

^a reverse scaled item

Lampiran 6 : Output Jamovi Uji Reliabilitas 30 Sampel

Variabel *Self Control* (X1)

Scale Reliability Statistics

| | Mean | Cronbach's α | McDonald's ω |
|-------|------|---------------------|---------------------|
| scale | 6.78 | 0.854 | 0.859 |

Variabel Pengetahuan Etika Konsumsi Islam (X2)

Hasil Uji Reliabilitas Pertama

Scale Reliability Statistics

| | Mean | Cronbach's α | McDonald's ω |
|-------|------|---------------------|---------------------|
| scale | 8.22 | 0.863 | 0.921 |

Note. item 'KB 37' correlates negatively with the total scale and probably should be reversed

Hasil Uji Reliabilitas Kedua

Scale Reliability Statistics

| | Mean | Cronbach's α | McDonald's ω |
|-------|------|---------------------|---------------------|
| scale | 8.55 | 0.923 | 0.936 |

Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Scale Reliability Statistics

| | Mean | Cronbach's α | McDonald's ω |
|-------|------|---------------------|---------------------|
| scale | 4.53 | 0.911 | 0.913 |

Lampiran 7 : Output Jamovi Uji Normalitas

Normality Tests

| | Statistic | p |
|--------------------|-----------|--------|
| Shapiro-Wilk | 0.915 | < .001 |
| Kolmogorov-Smirnov | 0.0804 | 0.287 |
| Anderson-Darling | 1.87 | < .001 |

Normality Tests

| | Statistic | p |
|--|-----------|---|
|--|-----------|---|

Note. Additional results provided by *moretests*

Lampiran 8 : Output Jamovi Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics

| | VIF | Tolerance |
|----------|------|-----------|
| TOTAL X1 | 1.06 | 0.947 |
| TOTAL X2 | 1.06 | 0.947 |

Lampiran 9 : Output Jamovi Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Tests

| | Statistic | p |
|-----------------|-----------|--------|
| Breusch-Pagan | 19.3 | < .001 |
| Goldfeld-Quandt | 0.968 | 0.556 |
| Harrison-McCabe | 0.509 | 0.557 |

Note. Additional results provided by *moretests*

Lampiran 10 : Output Jamovi Uji Autokorelasi

Durbin–Watson Test for Autocorrelation

| Autocorrelation | DW Statistic | p |
|-----------------|--------------|-------|
| 0.0868 | 1.82 | 0.274 |

Lampiran 11 : Output Jamovi Uji T

Model Coefficients - TOTAL Y

| Predictor | Estimate | SE | t | p | Stand. Estimate |
|-----------|----------|--------|--------|--------|-----------------|
| Intercept | 142.1715 | 13.637 | 10.426 | < .001 | |
| TOTAL X1 | -0.4915 | 0.101 | -4.867 | < .001 | -0.38107 |
| TOTAL X2 | -0.0150 | 0.136 | -0.111 | 0.912 | -0.00866 |

Lampiran 12 : Output Jamovi Uji F

Model Fit Measures

| Model | Overall Model Test | | | |
|-------|--------------------|-----|-----|--------|
| | F | df1 | df2 | p |
| 1 | 25.5 | 1 | 148 | < .001 |
| 2 | 12.6 | 2 | 147 | < .001 |

Lampiran 13 : Output Jamovi Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Fit Measures

| Model | R | R ² | Adjusted R ² |
|-------|-------|----------------|-------------------------|
| 1 | 0.383 | 0.147 | 0.141 |
| 2 | 0.383 | 0.147 | 0.135 |

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jakarta pada tanggal 4 November 2000 sebagai anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Abdul Hafidz dan Siti Rofiah. Saat ini bertempat tinggal di Gg. Matoa No.1 Rt. 09, Rw. 17, DI. Yogyakarta. Hp : 081211845806. Alamat E-mail : fahriyahsiti@gmail.com. Pendidikan MA di tempuh di Pondok Pesantren Ali Maksum Krpyak Yogyakarta, lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.