

**PENGARUH STATUS SOCIOECONOMIC ORANG TUA  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
EKONOMI ISLAM 2020-2022 UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**SKRIPSI**



**SARAH ZETTIRA AGAM DARWIS  
NIM: 105741103120**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2024**

**KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA**

**JUDUL PENELITIAN:**

**PENGARUH STATUS SOCIOECONOMIC ORANG TUA  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
EKONOMI ISLAM 2020-2022 UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**Disusun dan Diajukan Oleh:**

**SARAH ZETTIRA AGAM DARWIS**  
**NIM: 105741103120**

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Ekonomi Islam  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2024**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

Ambil resiko hari ini atau kehilangan kesempatan  
“jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu”

(Q.S. Al Baqarah:45)

### PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunia-Nya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil 'alamin

Skripsi ini kupersembahkan terutama untuk diri saya sendiri yang telah berjuang menyelesaikan tugas yang telah diamanahkan kepada saya. Kemudian untuk kedua orang tua saya tercinta yang telah mendukung, memberikan doa, cinta, dan kasih sayang kepada saya, serta saudara-saudaraku tersayang yang tiada hentinya memberikan semangat agar tidak menyerah, untuk teman, kerabat dan orang-orang yang saya sayang serta almamater tercinta.

### PESAN DAN KESAN

#### PESAN

Rasa sakitmu hari ini membawamu kepada tujuan terbesarmu, *make it happen and shock everyone*. Tidak akan ada perubahan jika tak mau berubah. Jangan takut berjalan lambat, takutlah jika hanya diam. Jangan berhenti ketika lelah, berhentilah ketika selesai.

#### KESAN

Saya sangat bersyukur dan bangga telah menjadi bagian dari Kampus Biru tercinta Universitas Muhammadiyah Makassar, 4 tahun yang sangat berkesan dan berarti bagi saya.



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411) 866972 Makassar*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh Status Socioeconomic Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar

Nama Mahasiswa : Sarah Zettira Agam Darwis

NIM : 105741103120

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan di depan panitia Penguji Skripsi strata satu (S1) pada tanggal 3 Agustus 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 3 Agustus 2024

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M**  
NIDN: 0911115703

  
**Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc**  
NIDN: 0904088602

Mengetahui:

Ketua Prodi Ekonomi Islam



  
**Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si**  
NBM: 861 013



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411) 866972 Makassar*

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama: Sarah Zettira Agam Darwis, Nim: 105741103120 diterima dan disahkan oleh panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0004/SK-Y/60202/091004/2024 M, Tanggal 28 Muharram 1446 H/ 3 Agustus 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 28 Muharram 1446 H  
03 Agustus 2024 M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum: Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU (.....)  
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si (.....)  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc (.....)  
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M (.....)  
2. Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc (.....)  
3. Dr. Syahidah Rahmah, S.E.Sy., M.E.I (.....)  
4. Sri Wahyuni, S.E., M.E (.....)

Disahkan Oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

**Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si**  
NBM: 651 507



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411) 866972 Makassar*

**SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah Zettira Agam Darwis  
Stambuk : 105741103120  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Status Socioeconomic Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa,

***Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya Sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.***

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 3 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



**Sarah Zettira Agam Darwis**  
**NIM: 105741103120**

Diketahui oleh:



**Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si**  
**NBM: 651-507**

Ketua Program Studi Ekonomi Islam

**Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si**  
**NBM: 861 013**

**HALAMAN PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah Zettira Agam Darwis  
NIM :105741103120  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah yang berjudul:

**PENGARUH STATUS SOCIOECONOMIC ORANG TUA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA EKONOMI ISLAM 2020-2022  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 3 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,


**Sarah Zettira Agam Darwis**  
**NIM: 105741100320**

## ABSTRAK

**SARAH ZETTIRA AGAM DARWIS. 2024. *Pengaruh Status Socioeconomic Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Agus Salim HR dan Agusdiwana Suarni.**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *socioeconomic* orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar. Sampel ini diambil dari mahasiswa ekonomi Islam dengan total responden 84 mahasiswa. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan pembagian kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala *likert* dengan deskriptif statistik. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 29, maka penulis menarik kesimpulan penting yaitu secara parsial *socioeconomic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan pengaruh sebesar 7,3%.

**Kata kunci** : *Socioeconomic*, Perilaku Konsumtif, Ekonomi Islam

## ABSTRACT

**SARAH ZETTIRA AGAM DARWIS. 2024. *The Effect of Socioeconomic Status of Parents on the Consumptive Behavior of Islamic Economics Students 2020-2022 Muhammadiyah University of Makassar. Thesis. Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by: Agus Salim HR and Agusdiwana Suarni.***

*The research is a quantitative type of research with the aim of knowing the effect of socioeconomic parents on the consumptive behavior of Islamic economics students 2020-2022 at the University of Muhammadiyah Makassar. This sample was taken from Islamic economics students with a total of 84 student respondents. The type of data used in this study is quantitative data obtained from questionnaires distributed and related to the problem of study. Data collection was carried out by distributing questionnaires. In this study, the data sources used in data collection include primary data and secondary data. The research instrument used in this study uses the Likert scale method with descriptive statistics. Based on the results of data research using statistical calculations through the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 29 application, the authors draw important conclusions, namely partially socioeconomic has a positive and significant effect on student consumptive behavior with an effect of 7.3%.*

**Keywords :** *Socioeconomic, Consumptive Behavior, Islamic Economics*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayat yang tiada hentinya diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul **”Pengaruh Status Socioeconomic Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar”**

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Chandra Dwi Satriagam Darwis dan Ibu Kusmawati yang senantiasa memberikan harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Teruntuk kakak dan adik tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan baik materi maupun moral serta doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an. SE., M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. H Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulisan selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf Dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa yang tidak sempat saya sebut namanya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Ekonomi Islam, angkatan 2020 (GEOSATIS) yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuan dan dorongannya dalam aktivitas studi penulis.
9. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kakak perempuan saya Suci Satriani Agam Darwis atas segala pengorbanan yang tiada hentinya mendukung penuh saya melanjutkan pendidikan setinggi-tingginya, juga Muhammad Dirga Satriawan Agam Darwis dan adik saya tersayang Maghfirah Nur Ramadhani Agam Darwis.

10. Terima kasih untuk teman seperjuanganku di masa sekolah *until now* Sri Reski, Artika B, Putri Amaliah, Sherly, Wulan, serta Nurul Izzah, Reski Amaliah, Nurhafriyanti, Nurfadilah, Misrawati, Nurul Istiana, yang telah menjadi *support system* bagi saya, selalu menemani, yang kosannya selalu sedia menampung diriku dikala enggan pulang ke rumah, yang motornya selalu menerima diriku untuk nebang kemanapun, dan tempat berkeluh kesahku.

11. Terima kasih teruntuk sahabat-sahabatku, teman-teman PMM 2 UNY dan semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah kebersamai dan memberikan semangat, kesabaran, motivasi serta dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

12. Untuk diriku, terima kasih sudah bertahan sejauh ini. *It's okay* berjalan lambat, asal tidak berhenti sebelum selesai ya.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah – mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Tercinta kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi Fii Sabilil Haq, fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Makassar, 23 Juni 2024

Sarah Zettira Agam Darwis

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
A. Tinjauan Teori .....	6
1. Status <i>Socioeconomic</i> Orang Tua .....	6
2. Perilaku Konsumtif Mahasiswa .....	12
B. Penelitian Terdahulu .....	15
C. Kerangka Pikir .....	19
D. Hipotesis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>22</b>
A. Jenis Penelitian .....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	22

C. Jenis dan Sumber Data.....	22
D. Populasi dan Sampel.....	23
E. Teknik Pengumpulan Data.....	24
F. Definisi Operasional Variabel.....	26
G. Metode Analisis Data.....	27
H. Uji Hipotesis.....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	30
B. Penyajian Data (Hasil Penelitian).....	33
C. Pembahasan.....	45
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>49</b>
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	20
Gambar 4.1 Bagan Struktural Program Studi Ekonomi Islam.....	33



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022.....	24
Tabel 3.2 Skala Likert (Kriteria Penilaian) .....	25
Tabel 3.3 Konsep Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Tahun Masuk Kuliah .....	34
Tabel 4.3 Kriteria Penilaian Interval.....	35
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel <i>Socioeconomic</i> (X) .....	36
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Y) .....	38
Tabel 4.6 Uji Validitas .....	41
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....	44
Tabel 4.10 Uji Determinasi R <sup>2</sup> .....	44
Tabel 4.11 Uji Parsial (T) .....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	56
Lampiran 2 data mentah (tabulasi data).....	58
Lampiran 3 Hasil Olah Data.....	63
Lampiran 4 Surat Penelitian .....	67
Lampiran 5 Dokumentasi Pengisian Kuesioner .....	69



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kegiatan ekonomi telah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari di masyarakat, mencakup produksi, distribusi, dan konsumsi. Mulai dari hasil produksi rumahan hingga pada perusahaan besar, aksesibilitasnya semakin mudah baik secara langsung maupun melalui platform belanja *online*. Ketersediaan berbagai kemudahan dalam berbelanja telah mendorong masyarakat untuk bersifat konsumtif, seringkali didorong oleh keinginan atau daya tarik dari konsumen terhadap suatu barang.

Konsumsi merupakan salah satu elemen dalam aktivitas perekonomian. Dalam menjalani kehidupan sehari-hari, manusia tak dapat terlepas dari tindakan konsumsi, di mana kegiatan ini melibatkan penggunaan, pemanfaatan, atau penggunaan habis suatu barang. Ketika tindakan tersebut konsumsi, maka individu yang melakukannya disebut konsumen. Seorang konsumen adalah individu yang menggunakan, memanfaatkan, atau menghabiskan barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Kebutuhan manusia terus menerus berkembang seiring dengan perubahan yang dipengaruhi oleh perkembangan zaman. Dimana kebutuhan itu wajib dipenuhi sampai terpenuhi sehingga muncul kebutuhan lainnya yang juga harus dipenuhi. Terkadang kebutuhan (*needs*) dengan keinginan (*wants*) cenderung disamaratakan oleh seseorang, dengan menganggap bahwa keinginan sama dengan kebutuhan, harus sama-sama segera dipenuhi. Padahal keinginan hanya merupakan sebuah hasrat memiliki sesuatu dengan

didasarkan pada sebuah iming-iming, yang seharusnya bisa ditunda dan tidak wajib dipenuhi (Gunawijaya, 2017).

Prinsip dasar dari mengkonsumsi suatu barang adalah untuk memenuhi kebutuhan baik jasmani ataupun rohani seseorang. Tujuan konsumsi dikelompokkan menjadi 4(empat) kategori, yaitu : 1) mengurangi nilai barang atau jasa secara bertahap; 2) menghasilkan nilai guna barang dan jasa secara sekaligus; 3) memuaskan dan memberikan manfaat bagi kebutuhan fisik; 4) memuaskan dan memberikan manfaat untuk kebutuhan rohani (Firmansyah, 2018). Setiap individu pasti memiliki kebutuhan yang beragam baik dalam pemenuhan kebutuhan primer maupun sekunder, termasuk kebutuhan yang sifatnya berasal dari keinginan pribadi.

Salah satu subjek yang masuk dalam kelompok konsumen adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan generasi remaja yang tergolong akhir dengan tendensi konsumsi yang tinggi. Dimana pola konsumsi seorang remaja biasanya dikembangkan dari usia remaja tingkat pertama. Mahasiswa memiliki gaya hidup yang terbilang cukup fomo dengan berusaha mengikuti *trend* masa kini, tidak realistis, dan sangat boros dalam penggunaan uang saku (Faidah, 2016). Dalam keadaan seperti ini, kemampuan mahasiswa untuk menghasilkan pendapatan sendiri belum tercapai, sehingga hal ini mempercepat pembentukan pola konsumsi yang tinggi dan memperkeraskan tendensi konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan sebuah kebiasaan dimana seseorang mengkonsumsi sesuatu secara berlebihan dan diluar kendali (Apriliani et al., 2022). Terkadang manusia seringkali lebih memprioritaskan keinginan diatas kebutuhan, dengan memilih memenuhi keinginan sendiri dibandingkan dengan memenuhi kebutuhannya. Padahal, sudah jelas dalam

Islam telah diatur seluruh perilaku manusia dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya termasuk kegiatan konsumsi. Dalam Islam, ada penentangan yang kuat terhadap perilaku konsumtif, yaitu bermewah-mewah, berlebihan, dan pemborosan (Furqon, 2018) . Hal ini sesuai dengan firman Allah pada Q.S Al-A'raf/7: 31.

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَا زَيْنَتَكَمۡ عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَّكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ  
 الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

Terjemahnya:

“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.” (Q.S Al-A'raf/7: 31)

Pada ayat di atas, telah jelas dikatakan bahwa Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan, karena hal tersebut merupakan hal yang tidak baik dan ada baiknya jika memiliki kesadaran untuk lebih bijaksana dalam membelanjakan sesuatu yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan masing-masing, sehingga apa yang dikeluarkan tujuannya semata-mata untuk memperoleh keberkahan.

Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen meliputi aspek kebudayaan, faktor sosial, pribadi individu, serta faktor psikologis. Disebutkan bahwa salah satu yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi adalah faktor sosial (Kotler et al., 2019). Perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh status sosial ekonomi orang tua. Anak yang berasal dari orang tua dengan status sosial ekonomi yang tinggi cenderung menunjukkan perilaku konsumtif dimana terkadang mereka lebih memilih bergaul/berteman dengan orang-orang yang memiliki latar belakang yang serupa. Hal ini juga dapat dilihat dari besaran

uang saku yang diberikan orangtuanya untuk memenuhi kebutuhan anaknya (Adiwinata et al., 2021).

Beberapa mahasiswa saat ini memiliki gaya hidup yang berorientasi pada pencarian kesenangan dan kepuasan pribadi belaka, tanpa memperhatikan kondisi keuangan orang tua yang fokus untuk membiayai kebutuhan dan pendidikan anaknya yang tergolong tinggi biayanya. Dalam memenuhi keinginan dan kesenangannya, terkadang mahasiswa bahkan menggunakan uang kuliah yang seharusnya digunakan untuk membayar kuliahnya, tetapi dipergunakan untuk membeli sesuatu secara tidak bijaksana yang seharusnya bukan menjadi prioritas kebutuhannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mendalami dan menjadikan masalah ini sebagai fokus utama dalam penulisan penelitian dengan judul “Pengaruh Status *Socioeconomic* Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan sebuah masalah yaitu Bagaimanakah Pengaruh Status *Socioeconomic* Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan yaitu untuk mengetahui Pengaruh Status *Socioeconomic* Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar

#### **D. Manfaat Penelitian**

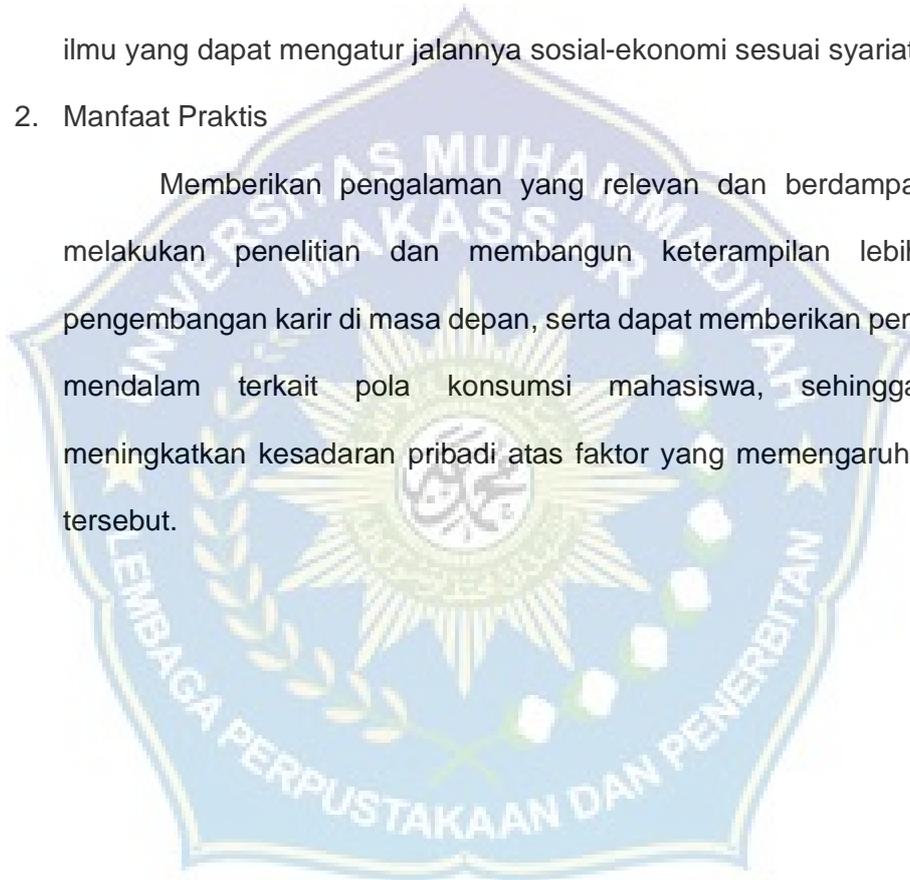
Harapan dari hasil penelitian nantinya agar dapat dimanfaatkan secara teoritis maupun praktis bagi seluruh pihak.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi khususnya terhadap pengembangan ilmu Ekonomi Islam sebagaimana ilmu yang dapat mengatur jalannya sosial-ekonomi sesuai syariat Islam.

##### **2. Manfaat Praktis**

Memberikan pengalaman yang relevan dan berdampak dalam melakukan penelitian dan membangun keterampilan lebih dalam pengembangan karir di masa depan, serta dapat memberikan pemahaman mendalam terkait pola konsumsi mahasiswa, sehingga dapat meningkatkan kesadaran pribadi atas faktor yang memengaruhi perilaku tersebut.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Teori

##### 1. Status *Socioeconomic* Orang Tua

###### a. Pengertian Status

Status mengacu pada kedudukan seseorang dalam masyarakat yang memiliki struktur hierarkis dan menetapkan hak serta kewajiban tertentu. Status merupakan posisi yang diduduki oleh seseorang dalam suatu kelompok, yang secara khusus terhubung dengan peran yang dijalannya. Definisi status itu sendiri datang dari berbagai perspektif. Namun secara keseluruhan, kata status merujuk pada kedudukan individu dalam suatu kerangka sosial yang terkait dengan hak, tanggung jawab, peran, hingga harapan tertentu. Status memiliki potensi dalam mempengaruhi berbagai aspek kehidupan individu, termasuk harga diri, perilaku sosial, dan interaksi interpersonal (Soekanto, 2023).

Cara seorang individu memperoleh status sosial terdiri dari dua jenis, yaitu *Ascribed Status* dan *Achieved Status*. Dimana *Ascribed Status* adalah status yang diberikan secara alami dan tidak disebabkan oleh perilaku individu. Hal ini terkait dengan peran yang diberikan oleh Tuhan. Sedangkan *Achieved Status*, pada sisi lain diperoleh melalui berbagai upaya dan pemahaman individu (Kolip & Setiadi, 2015).

###### b. Pengertian *Socioeconomic*

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) mendefinisikan *socioeconomic* sebagai studi yang membahas mengenai beberapa faktor sosial dan ekonomi yang memiliki keterkaitan

satu sama lain dan bagaimana hal itu dapat berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan seseorang ataupun masyarakat, dimana hal ini masuk dalam kategori yang merujuk pada stratifikasi sosial, mobilitas sosial, dan ketimpangan sosial (OECD, 2022). Adapun United Nations Development Programme (UNDP) mendefinisikan *socioeconomic* sebagai suatu kerangka konseptual yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana faktor sosial dan ekonomi saling berinteraksi dan berkontribusi pada berbagai hasil infrastruktur, termasuk analisis terkait kemiskinan, perbedaan sosial, dan pengembangan manusia (UNDP, 2021).

Dalam menggambarkan beberapa aspek pada pengukuran sosial ekonomi, dikelompokkan suatu keadaan sosial individu berdasarkan 3 karakteristik yang dijadikan sebagai acuan yaitu pekerjaan, penghasilan dan aset. Tingkat rendah atau tingginya prestisiasi individu di masyarakat, tergantung pada posisi pekerjaan dan keadaannya yang menggambarkan terkait posisi yang didudukinya dalam keluarga maupun masyarakat. Status *socioeconomic* individu itu sendiri dipengaruhi oleh berbagai aspek kepentingan manusia, seperti jabatan, pekerjaan, hubungan keluarga, dan agama. Status *socioeconomic* tidak hanya terbatas pada berbagai kumpulan orang-orang yang memiliki status dalam berbagai grup, tetapi juga dapat memengaruhi perilaku individu di berbagai masyarakat (Adiwinata et al., 2021).

### **c. Indikator-indikator yang Memengaruhi Status *Socioeconomic***

Menurut (Soekanto, 2023) untuk dapat mengetahui tingkat pengaruh dari pengukuran status sosial ekonomi, ada beberapa aspek

yang menjadi dasar atas pengukuran status sosial ekonomi seseorang, diantaranya:

- 1) Penghasilan,
- 2) Pendidikan Terakhir,
- 3) Profesi,
- 4) Kepemilikan Aset.

Berikut penjelasan lebih lanjut :

1) Penghasilan/Pendapatan

Penghasilan merupakan sebuah penerimaan yang diperoleh seseorang dalam waktu tertentu, baik berupa uang ataupun dalam bentuk barang dan jasa. Penghasilan/pendapatan itu sendiri dapat diperoleh dalam bentuk apapun dan bersumber dari berbagai perolehan, salah satu contohnya adalah upah/gaji yang diperoleh dari imbalan karena telah melakukan sesuatu pekerjaan (Sumarwan, 2020). Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) Makassar 2020 mengategorikan tingkat pendapatan rumah tangga sebagai berikut:

- a) Sangat Rendah (< Rp.500.000)
- b) Rendah (Rp 500.000 - Rp1.000.000)
- c) Menengah (Rp 1.000.001 – Rp2.000.000)
- d) Tinggi (Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000)
- e) Sangat Tinggi (>Rp 3.000.000)

2) Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu proses yang mencakup pembelajaran dan pengajaran yang tujuannya untuk meningkatkan

pengetahuan, memberikan pemahaman, kemampuan dan membentuk karakter individu. Pendidikan merupakan suatu proses, baik dalam konteks formal maupun informal yang dapat membantu individu dalam mengoptimalkan potensi yang dimilikinya dan berkontribusi sebagai masyarakat yang aktif dan produktif.

Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) mengatakan bahwa dalam pengukuran aspek tingkat pendidikan, dapat dibagi menjadi beberapa kategori, sebagai berikut:

- a) SD
- b) SMP
- c) SMA/SMK
- d) DIPLOMA I-III
- e) Sarjana (S1-S3)

3) Profesi/pekerjaan

Profesi/pekerjaan merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh manusia yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan hidup diri sendiri maupun yang ditanggungnya dengan menggunakan tenaga dan intelektual yang dimilikinya (Sumarwan, 2020). Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia mengategorikan tingkatan pekerjaan berdasarkan status dan prestise :

- a) Pekerjaan profesional : menyandang status dan reputasi yang tinggi, seperti dokter, pengacara, pengusaha.
- b) Pekerjaan manajerial : bertugas untuk memimpin dan mengelola tugas orang lain, seperti posisi supervisor dan manajer

- c) Pekerjaan kerah putih : Umumnya dilakukan di lingkungan kantor dan melibatkan pekerjaan administrasi, misal sekretaris dan akuntan
- d) Pekerjaan kerah biru : biasanya yang bekerja di luar ruangan dan menuntut pekerjaan manual/harian, seperti tukang dan buruh

Adapun berdasarkan kategori status pekerja menurut para ahli:

- a) Pekerja harian, Dessler (2013): menyatakan bahwa pekerja harian adalah pekerja yang dipekerjakan untuk jangka pendek atau sementara dan dibayar berdasarkan jumlah hari mereka bekerja. Mereka tidak memiliki jaminan pekerjaan jangka panjang dan sering tidak menerima manfaat pekerjaan.
- b) Pekerja Paruh Waktu, menurut Griffin (2012): pekerja paruh waktu adalah individu yang dipekerjakan untuk bekerja kurang dari jam kerja penuh waktu normal. Mereka sering mencari fleksibilitas dalam jadwal kerja mereka dan mungkin tidak menerima manfaat pekerjaan yang sama seperti pekerja penuh waktu.
- c) Pekerja Sementara, menurut Jackson dan Schuler (2000): menyebutkan bahwa pekerja sementara adalah individu yang dipekerjakan untuk periode waktu tertentu yang jelas, biasanya untuk mengisi posisi sementara atau memenuhi

kebutuhan musiman. Mereka memiliki kontrak yang menentukan durasi dan kondisi pekerjaan mereka.

d) Pekerja tetap, menurut Mathis dan Jackson (2011): menjelaskan bahwa pekerja tetap adalah individu yang dipekerjakan tanpa batasan waktu tertentu dan memiliki jaminan pekerjaan jangka panjang. Mereka menerima manfaat pekerjaan penuh dan memiliki kesempatan untuk pengembangan karier di dalam perusahaan.

#### 4) Kepemilikan Aset

Kepemilikan aset adalah istilah yang merujuk pada hak dan kepenguasaan terhadap suatu barang. Aset yang dimaksud tersebut bisa berupa barang material, seperti properti, bangunan, dan kendaraan, ataupun benda yang tidak berwujud, seperti hak paten, merek dagang, dan kepercayaan publik. Kepemilikan aset adalah suatu kontrol terhadap suatu barang atau sumber ekonomi yang mempunyai nilai dan memberikan keuntungan kepada pemiliknya. Yang masuk dalam kategori aset berharga, meliputi barang berharga, kendaraan yang dimiliki, investasi, ataupun bangunan/tanah (Sumarwan, 2020).

#### d. Pengertian Orang Tua

Kata Orang Tua merujuk kepada 2 orang yang berperan, yaitu ibu dan bapak. Zakiah Daradjat dalam bukunya "Ilmu Pendidikan Islam" menyatakan bahwa orang tua adalah pendidik primer dan pertama bagi anak-anak mereka. Dari orang tua, anak-anak pertama kali menerima pendidikan. Oleh karena itu, pendidikan pertama kali terjadi dalam

lingkungan keluarga. Orang tua merupakan individu dewasa yang bertanggung jawab atas pendidikan, karena secara alami anak-anak berada di lingkungan orang tua pada awal kehidupan mereka. Dari orang tua, anak-anak mulai mengenal proses pendidikan (Wahidin, 2020).

## **2. Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

### **1) Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumen merujuk pada aktivitas konsumen dalam mencari, memperoleh, menggunakan, menilai, dan menghapuskan produk serta layanan (Kotler et al., 2019). Sedangkan pengertian perilaku konsumtif merujuk pada kebiasaan konsumen yang berlebihan dan boros, di mana keinginan seringkali didahulukan daripada kebutuhan. Ini bisa dianggap sebagai gaya hidup yang mewah dan terlalu berlebihan. Perilaku konsumtif ditandai dengan penggunaan yang berlebihan dan tanpa perencanaan atas barang dan jasa yang tidak diperlukan, terutama dipengaruhi oleh keinginan untuk memenuhi kepuasan pribadi daripada memenuhi kebutuhan dasar. Akibatnya, seseorang dapat dengan mudah menghabiskan uang untuk keinginan yang tidak esensial tanpa mempertimbangkan kebutuhan pokok mereka (Sudirman et al., 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan dan tanpa perencanaan, semata-mata karena keinginan pribadi, bukan karena kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku ini lebih dipengaruhi oleh dorongan untuk memenuhi

kesenangan pribadi dan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Akibatnya, tanpa pertimbangan yang matang, perilaku ini dapat menyebabkan pemborosan, dengan melakukan pengeluaran untuk berbagai keinginan yang sebenarnya tidak sesuai dengan kebutuhan dasar.

## **2) Perilaku Konsumtif dalam Islam**

Islam adalah agama yang mengatur segala aspek perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula, dalam hal konsumsi, Islam memberikan pedoman tentang bagaimana manusia seharusnya melakukan kegiatan konsumsi yang bermanfaat dan membawa kemaslahatan bagi kehidupannya. Semua aturan terkait aktivitas konsumsi dalam Islam didasarkan pada ajaran Al-Quran dan Hadis.

Dalam Islam, perilaku konsumtif seorang muslim mencakup bagaimana seorang muslim membelanjakan dan memenuhi kebutuhannya, yang tidak hanya terbatas pada kebutuhan materi, tetapi juga mencakup dimensi spiritualnya. Dalam menggunakan pendapatannya, konsumen Muslim menyadari bahwa uangnya tidak hanya digunakan untuk keperluan pribadi, melainkan juga untuk mencari keridhaan Allah SWT (Fi Sabilillah). Untuk memastikan bahwa aktivitas konsumsinya sesuai dengan nilai-nilai Islam, ada beberapa prinsip dasar perilaku konsumen Islami yang harus diikuti, termasuk prinsip syariah, prinsip prioritas, prinsip kuantitas, prinsip sosial, dan kaidah lingkungan (Furqon, 2018). Pada prinsipnya, setiap individu memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Dalam ayat Al-

Quran, menyarankan untuk menghindari sifat berlebihan dan di luar batas dalam mengkonsumsi. Hal ini sesuai dalam firman Allah yang terdapat pada Q.S Al-Maidah/5: 87.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ  
 الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Terjemahnya :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan sesuatu yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.” (Q.S Al-Maidah/5: 87)

### 3) Indikator-indikator yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dalam (Wardani & Anggadita, 2021) , indikator yang memengaruhi perilaku konsumtif, sebagai berikut :

- a) Membeli produk karena ada hadiah atau imbalan.
- b) Membeli produk karena tertarik dengan kemasannya yang menarik.
- c) Membeli produk untuk menjaga penampilan dan prestise diri.
- d) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga, bukan manfaat atau kegunaannya.
- e) Membeli produk untuk menunjukkan status sosial.
- f) Menggunakan produk karena ingin sesuai dengan standar yang dipromosikan oleh model iklan.
- g) Terdapat persepsi bahwa membeli produk dengan harga tinggi akan meningkatkan rasa percaya diri.

#### 4) Pengertian Mahasiswa

Knopfemacher menyatakan bahwa mahasiswa adalah generasi muda yang terdidik dan terlibat dalam lingkungan perguruan tinggi, di mana mereka diajarkan dan diharapkan menjadi individu yang cerdas dan berpengetahuan (Silvialorenza et al., 2021). Mahasiswa sebagai individu yang sedang mengikuti pendidikan di perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta, serta lembaga pendidikan setara lainnya. Menurutnya, mahasiswa dianggap sebagai orang yang punya kemampuan penalaran yang luas dan mampu bertindak dengan cepat. Kemampuan ini, bersama dengan ketepatan tindakan, dianggap sebagai karakteristik utama seorang mahasiswa (Siswoyo, 2007).

Berdasarkan definisi mahasiswa yang telah disebutkan di atas, secara umum, mahasiswa merupakan individu yang sedang menempuh pendidikan di institusi perguruan tinggi dengan tujuan merencanakan dan merancang kehidupan mereka di masa depan.

#### B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Rizka Fitri Prasetyaningih (2019)	Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Jenis Kelamin dan Jurusan Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa FE UNY	Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Jenis Kelamin, Jurusan, Pola Konsumsi	<i>Proportional Stratified Random Sampling, SPSS, Software Anbuso</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan variabel literasi keuangan dan status ekonomi orangtua terhadap pola konsumsi mahasiswa FE

No	Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
					UNY, sedangkan variabel jenis kelamin dan jurusan tidak berpengaruh terhadap pola konsumsi mahasiswa FE UNY
2	Faricha Karin, Avida, Lisa Rokhmani (2021)	Pengaruh Literasi Ekonomi, Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Universitas Negeri Malang	Literasi Ekonomi, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup, Perilaku Konsumsi	<i>Proporsional Random Sampling, SPSS 25</i>	Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel literasi ekonomi, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa
3	Syara Gita Kusnina, Justia Ernajati (2021)	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Dan XI Jurusan IPS Jawaahirul Hikmah Kec. Besuki Tulungagung tahun pelajaran 2020/2021	Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi, Perilaku Konsumtif	<i>Simple Random Sampling, SPSS v.21</i>	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa
4	Cania suryani, Osly Usman (2021)	<i>The Effect Of Social Media, Peers, And Socioeconomic Statue Of</i>	<i>Social Media, Peers, Socioeconomic Statue</i>	SPSS 23	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan

No	Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
		<i>Parents On The Consumptive Behavior Of Students Universitas Negeri Jakarta</i>	<i>Of Parents, Consumptive Behavior</i>		variabel <i>Peers</i> terhadap <i>Consumptive Behavior</i> , sedangkan variabel <i>Social Media</i> dan <i>Socioeconomic Statue Of Parents</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>Consumptive Behavior</i>
5	Susilawati, Rohaeniya h Zain, Muhammad Zainul Majdi, Julian Hesti Rahayu (2022)	Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Ekonomi Universitas Hamzanwadi	Media Sosial, Status Sosial Ekonomi Orangtua, Perilaku Konsumtif	<i>Simple Random Sampling, Smart Partial Least Square (PLS 3.0)</i>	Temuan dari penelitian mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel Status ekonomi sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan variabel Media Sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
6	Rahmatia Eka Putri, Entar Sutieman, Ismail R.Noy, La Ode Marih, Victor Pattiasina (2022)	<i>The Influence Of Financial Literacy, Self Control And Parents's Socio Economic Status On Students's Consumptive Behavior</i>	<i>Financial Literacy, Self Control, Parents's Socio Economic Status, Students's,</i>	SPSS 22	Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan antara variabel <i>Financial Literacy</i> dan <i>Self Control</i>

No	Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
			<i>Consumptive Behavior</i>		terhadap <i>Consumptive Behavior</i> . Sedangkan <i>Parents's Socio Economic Status</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Consumptive Behavior</i>
7	Iren Apriliani, Siti Syuhada, Novia Sri Dwijayanti (2022)	Pengaruh Status Ekonomi Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Jambi	Status Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup, Perilaku Konsumsi	SPSS	Temuan dari penelitian ini adalah antara variabel Status Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup sama-sama berpengaruh secara positif signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa
8	Novita Febriyanty, Moh. Faizin (2022)	Pengaruh Gaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Madiun	Gaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Perilaku Konsumtif	<i>Simple Random Sampling, SPSS 22</i>	Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu Gaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif
9	Prili Cholidah Nasir,	Pengaruh Besaran Uang Saku, Gaya Hidup, Literasi	Besaran Uang Saku, Gaya Hidup,	<i>Smart Partial Least</i>	Temuan dari penelitian ini adalah keempat variabel yakni

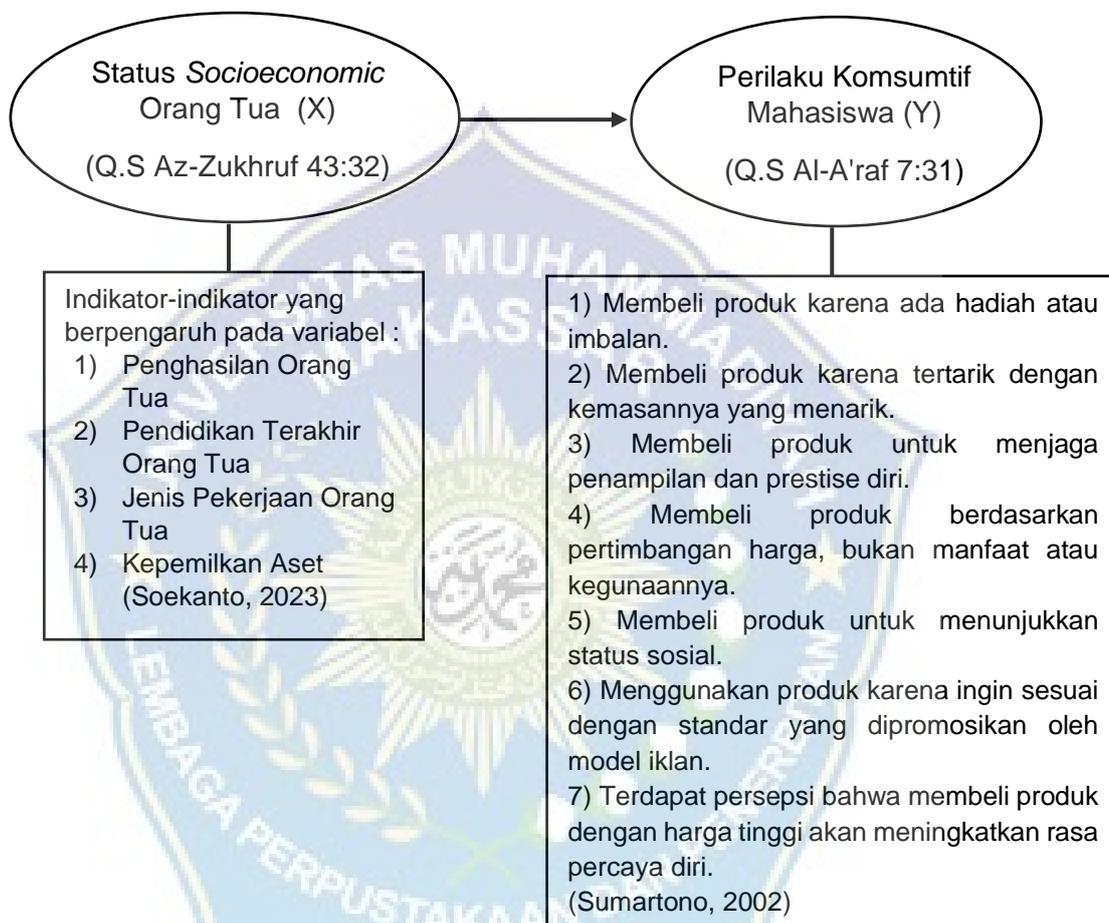
No	Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	Sriyono (2022)	Ekonomi Dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Literasi Ekonomi, Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua, Perilaku Konsumtif	<i>Square (PLS 3.0)</i>	Besaran Uang Saku, Gaya Hidup, Literasi Ekonomi, dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua sama-sama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa
10	Ade Gunawan, Tara Febri Andani (2022)	<i>The Influence Of Parents Socioeconomic Status And Self-Control On The Consumptive Behavior Of Management Study Program Students, Faculty Of Economics And Business, Unniversitas Muhammadiyah Sumatera Utara</i>	<i>Parents Socioeconomic Status, Self-Control, Consumptive Behavior</i>	<i>Stratified Random Sampling, SPSS 20</i>	Temuan dari penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara variabel <i>Parents Socioeconomic Status</i> dan <i>Self-Control</i> terhadap <i>Consumptive Behavior</i>

### C. Kerangka Pikir

Pada hakikatnya, rangkaian pemikiran disusun berdasarkan atas beberapa konsep dan teori yang relevan dengan permasalahan dalam studi penelitian. Menghasilkan beberapa asumsi yang diilustrasikan dalam bentuk bagan, yang kemudian dapat dijadikan sebagai hipotesis. Secara teoritis, kerangka pikir yang efektif disusun dengan sebaik-baiknya sehingga dapat memberikan penjelasan keterkaitan antar variabel yang sedang diteliti. Dengan itu, dalam

merumuskan sebuah paradigma alur penelitian, penting untuk mengacu dan memperhatikan dengan baik penyusunan kerangka pikir yang akan dibuat.

Berdasarkan judul penelitian, berikut bagan penggambaran alur pemikiran dari penelitian ini :



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

#### D. Hipotesis

Hipotesis disebut juga sebagai respon atau tanggapan awal terhadap suatu rumusan permasalahan dalam penelitian yang berakar dari teori maupun fakta empiris yang sesuai dengan perolehan data yang telah terkumpul (Sugiyono, 2019)

Dilihat dari alur kerangka pikir, maka dapat dibuat hiptesis sebagai berikut:

1.  $H_0$  : Variabel (X) Status *Socioeconomic* Orang Tua tidak berpengaruh terhadap Variabel (Y) Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar.
2.  $H_a$  : Variabel (X) Status *Socioeconomic* Orang Tua berpengaruh terhadap Variabel (Y) Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Dalam menyusun penelitian ini, digunakan jenis penelitian dengan observasi lapangan (*field research*) yaitu mengamati langsung terkait fenomena yang marak terjadi di kalangan mahasiswa Ekonomi Islam. Berdasarkan jenis pendekatan kuantitatif, penelitian ini masuk kedalam penelitian kausalitas atau hubungan sebab-akibat.

Metode ini pada dasarnya merupakan cara yang tujuannya memberikan data terkait pengaruh antar variabel di lokasi yang menjadi objek penelitian, berdasarkan fakta yang terkumpul dan terstruktur secara padu yang kemudian diolah datanya dan ditarik menjadi kesimpulan (Sugiyono, 2019).

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

Dalam studi ini, penulis mengambil objek penelitian di salah satu Universitas swasta di Makassar yaitu : Universitas Muhammadiyah Makassar Program Studi Ekonomi Islam yang berlokasi di Jalan Sultan Alauddin No. 259 Lantai 7 Gedung Iqra. Penelitian dilakukan selama dua bulan terhitung dari April-Juni 2024.

#### **C. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan secara garis besar bersumber dari data primer dan data sekunder.

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang bersumber langsung dari subjek penelitian yang secara sukarela memberikan datanya kepada peneliti (Sugiyono, 2019). Adapun data primer penelitian ini didapat melalui

sebaran kuisioner yang disebar dan kemudian diisi oleh mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar yang menjadi responden.

## 2. Data Sekunder

Data dalam studi ini diperoleh secara tidak langsung atau biasa disebut sumber kedua. Meliputi artikel, buku-buku, *website*, data yang diambil dari SIMAK FEB Universitas Muhammadiyah Makassar, dan beberapa sumber lainnya.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Dari pemahaman beberapa pakar yang mengartikan maksud dari populasi dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan totalitas dari komponen utama yang di dalamnya mencakup objek dan subjek yang memiliki ciri khas dan sifat tertentu. Tidak hanya membahas mengenai kuantitas belaka, namun juga mencakup keseluruhan kedua aspek penelitian yang berkualitas dan berkarakteristik yang mana kemudian dapat dipelajari dan diambil kesimpulan (Amin et al., 2023).

Dalam studi ini, mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2021 Universitas Muhammadiyah Makassar yang menjadi subjek atau populasi penelitian ini. Adapun data populasi yang telah diperoleh peneliti, yaitu berjumlah 84 mahasiswa yang diambil dari 3 angkatan jurusan Ekonomi Islam (2020-2022).

**Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022**

<b>NO.</b>	<b>ANGKATAN</b>	<b>JUMLAH MAHASISWA</b>
1	2020	29
2	2021	35
3	2022	20
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>84</b>

Sumber : SIMAK FEB Universitas Muhammadiyah Makassar, Februari 2024

## 2. Sampel

Sederhananya, sampel dapat disebut juga sebagai bagian dari populasi yang berisi sumber informasi yang diambil dari sumber utama yang sebenar-benarnya akan menjadi subjek penelitian ini. Dalam pemahaman yang lebih sederhana, sampel merupakan representasi dari populasi yang dijadikan perwakilan dari keseluruhan populasi yang diteliti (Amin et al., 2023).

Berdasarkan total populasi yang diperoleh sebanyak 84 mahasiswa, maka dengan menggunakan teknik *Sampling Jenuh* diperoleh sampel sama dengan populasi.

Teknik *Sampling Jenuh* merupakan teknik yang digunakan ketika seluruh anggota populasi diambil sebagai sampel dalam penelitian (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini digunakan teknik tersebut, dimana keseluruhan populasi menjadi sampel yang diteliti.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data merupakan proses pendeskripsian dalam mengidentifikasi data variabel yang diukur dengan menggunakan data yang telah ada maupun data yang peneliti sediakan (Ali et

al., 2022). Dalam proses pengumpulan data penelitian ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

#### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik atau metode pengumpulan data yang melibatkan serangkaian penyampaian berupa pertanyaan maupun pernyataan tertulis yang disalurkan melalui penyebaran kepada pihak yang bersangkutan atau disebut responden (Sugiyono, 2019).

Dalam pengumpulan data, peneliti menyebarkan serangkaian daftar pernyataan/pertanyaan kepada mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 yang telah ditetapkan menjadi sampel atau subjek dalam penelitian untuk dimintai jawaban atau respon bersangkutan. Adapun teknik yang digunakan untuk mengukur tiap jawaban responden adalah dengan menggunakan *skoring* dengan teknik skala *Likert*. Dimana proses penilaiannya dipergunakan untuk menilai suatu sikap, pandangan, dan persepsi individu terhadap suatu fenomena seperti pernyataan maupun pertanyaan (Sugiyono, 2019).

**Tabel 3.2 Skala *Likert* (Kriteria Penilaian)**

Pernyataan	Skor
<b>Status Socioeconomic</b>	
Sangat Rendah (SR)	1
Rendah (R)	2
Sedang (S)	3
Tinggi (T)	4
Sangat Tinggi (ST)	5

Pernyataan	Skor
<b>Perilaku Konsumtif</b>	
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengamatan langsung yang dilakukan peneliti untuk memperoleh atau mengumpulkan data mengenai apa yang sedang dibahas. Data dokumentasi merupakan gambaran yang akurat dan nyata adanya dengan yang terjadi. Dokumentasi disebut juga sebagai pelengkap dalam data observasi yang dilakukan (Prawiyogi et al., 2021). Adapun teknik dokumentasi yang dilakukan peneliti yaitu dengan mengambil gambar dari profil lokasi atau objek penelitian, sarana prasarana yang digunakan, serta dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

## F. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merujuk pada suatu karakteristik tertentu yang memiliki nilai bervariasi di setiap objek kegiatannya, yang nantinya harus dipelajari, dianalisis dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Penelitian ini melibatkan dua variabel yaitu variabel *Independent* (yang memengaruhi) dan variabel *Dependent* (yang dipengaruhi).

Tabel 3.3 Konsep Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Skala Ukur
1	<i>Socioeconomic</i> (X)	1) Penghasilan Orang Tua, 2) Pendidikan Terakhir Orang Tua, 3) Profesi/pekerjaan Orang Tua, 4) Kepemilikan Aset (Aset yang dimiliki Orang Tua) (Soekanto, 2023)	1-5
2	Perilaku Konsumtif (Y)	1) Membeli produk karena ada hadiah atau imbalan. 2) Membeli produk karena tertarik dengan kemasannya yang menarik. 3) Membeli produk untuk menjaga penampilan dan prestise diri. 4) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga, bukan manfaat atau kegunaannya. 5) Membeli produk untuk menunjukkan status sosial. 6) Menggunakan produk karena ingin sesuai dengan standar yang dipromosikan oleh model iklan. 7) Terdapat persepsi bahwa membeli produk dengan harga tinggi akan meningkatkan rasa percaya diri. (Sumartono, 2002)	1-5

### G. Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, melibatkan beberapa data yang dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, kemudian menabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, dan melakukan perhitungan yang tujuannya untuk menjawab rumusan masalah, serta menguji hipotesis (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, digunakan metode kuantitatif yang menggambarkan data dalam bentuk angka untuk dianalisis dan dilakukan perhitungan menggunakan perangkat lunak komputer SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 29. Adapun model yang digunakan dalam penelitian ini yakni

persamaan regresi linier sederhana. Instrumen yang baik dan efektif adalah jika datanya memenuhi standar uji validitas dan realibilitas.

### 1. Statistik Deskriptif

Metode ini digunakan untuk mendekonstruksi respon berdasarkan pertanyaan pada kuisisioner menggunakan analisis statistik deskriptif, data harus dikumpulkan, dianalisis, dan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi untuk dianalisis signifikansinya. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara yang merangkum atau mengilustrasikan data yang telah dikumpulkan tanpa perlu membuat asumsi lebih lanjut tentang generalisasi (Sugiyono, 2019).

### 2. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang tujuannya untuk menentukan validitas pengukuran suatu instrumen, valid (sahih) atau tidak. Instrumen yang dimaksud di sini adalah pertanyaan/ Pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan/ pernyataan yang terdapat di dalamnya mampu mencerminkan apa yang hendak diukur oleh kuesioner. Dalam pengujian validitas, ada dua metode yang umum digunakan. Pertama, dengan mengkorelasikan skor dari setiap pertanyaan/ pernyataan (item) dengan total skor dari seluruh item. Kedua, dengan mengkorelasikan skor dari setiap indikator item dengan total skor dari konstruk yang diukur (Janna & Herianto, 2021).

### 3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa dapat dipercayanya atau dapat diandalkannya suatu alat pengukur. Oleh karena

itu, uji reliabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana konsistensi alat ukur tersebut. Suatu instrumen dianggap reliabel jika memberikan hasil yang konsisten meskipun diuji berulang kali (Janna & Herianto, 2021).

## H. Uji Hipotesis

### 1. Uji T (Parsial)

Uji beda t-test digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individu memberikan kontribusi dalam menjelaskan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018).

- a. Apabila nilai signifikansi probabilitas  $> 0,05$ , maka hipotesis ditolak.
- b. Apabila nilai signifikansi probabilitas  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima.

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2018).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Profil Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar**

Program Studi Ekonomi Islam merupakan salah satu program yang berada dibawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Program Studi Ekonomi Islam didirikan pada tanggal 20 Maret 2015 dengan Nomor SK: 40/M/Kp/III/2015. Program studi ini didirikan sebagai tanggapan atas kebutuhan masyarakat akan pendidikan ekonomi yang menggabungkan prinsip Islam dengan integritas nilai-nilai Islam. Selain itu, latar belakang dibentuknya Program Studi ini yakni inisiatif yang dipelopori langsung oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang melihat adanya potensi besar seperti peluang dan minat masyarakat di bidang ekonomi. Selama tiga dekade terakhir, bidang ini telah mengalami kemajuan sangat pesat baik dalam penelitian akademik internal maupun dalam praktik operasionalnya. Sejak didirikan, Program Studi ini terus mengembangkan kurikulum untuk meningkatkan relevansi dan kualitas pendidikannya sesuai dengan kemajuan teknologi yang diterapkan tidak hanya mencakup ilmu ekonomi tradisional melainkan ilmu ekonomi modern yang berbasis syariah.

Seiring dengan perkembangan dibentuknya, Program Studi Ekonomi Islam berhasil mendapatkan akreditasi dari Badan Akreditasi Perguruan Tinggi (BAN-PT) Nomor SK: 1900/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022 dengan predikat B (Baik Sekali). Akreditasi ini menunjukkan bahwa Program Studi ini telah memenuhi standar pendidikan yang ditetapkan dan diakui secara

nasional. Sehingga Program Studi ini dapat menjalin kolaborasi dengan berbagai lembaga keuangan syariah, organisasi internal maupun eksternal lain, dan sesama Program Studi Ekonomi Islam di Universitas lain baik di dalam maupun di luar negeri yang tujuannya tentu untuk meningkatkan kualitas pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat.

Adapun dalam hal kepemimpinannya, pengangkatan Ketua Program Studi Ekonomi Islam pada masa jabatan periode pertama (2015-2018) yaitu bapak Dr. Agus Salim Harrang, S.E., MM. Kemudian pengangkatan Ketua Program Studi Ekonomi Islam periode kedua (2018-2021) digantikan oleh Ibu Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc. Terakhir, pada tanggal 24 November 2021, bapak Dr. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si dilantik sebagai Ketua Program studi Ekonomi Islam periode ketiga dan menjabat hingga saat ini .

Secara umum, Universitas Muhammadiyah Makassar menerapkan pola kepemimpinan yang demokratis, egaliter, dan dinamis. Pola kepemimpinan ini bertujuan untuk mewujudkan dan melanjutkan visi serta misi yang telah dirancang oleh universitas dan fakultas sebelumnya.. Adapun visi dan misi Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar :

a. Visi

- 1) Visi Universitas : “Menjadi Perguruan Tinggi Islam Terkemuka, Unggul, Terpercaya, Dan Mandiri”
- 2) Visi Fakultas : “Menjadi Pusat Pembelajaran Ekonomi Dan Bisnis Yang Islami, Unggul, Berjiwa Wirausahadan Berdaya Saing Global”

- 3) Visi Program Ekonomi Islam : “Menjadi Program Studi Yang Unggul Dan Berwawasan Global Dalam Menerapkan Ekonomi Rabbani Yang Berjiwa Wirausaha”

b. Misi

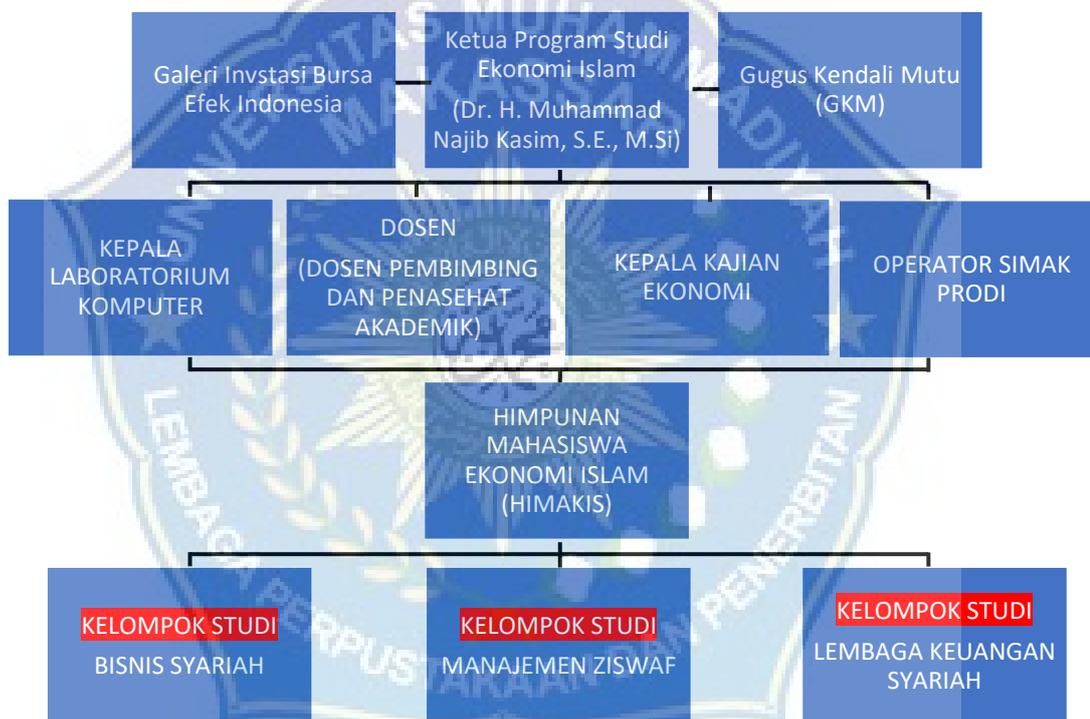
- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang berkualitas untuk menghasilkan lulusan yang kompeten pada bidang ekonomi Islam,
- 2) Melakukan pengembangan riset dan kajian ekonomi Islam,
- 3) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pengembangan ekonomi umat,
- 4) Menyelenggarakan kajian dan integritasi nilai-nilai Al Islam Kemuhammadiyah,
- 5) Mengembangkan model pembelajaran ekonomi Islam berbasis *Information, Communication, and Technology (ICT)*.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan lulusan dengan keahlian dalam bidang Ekonomi Islam, keuangan Islam, dan bisnis Islam.
- 2) Menghasilkan lulusan yang mampu melakukan riset, memberikan jasa konsultan ekonomi berbasis Syariah, serta memiliki keterampilan kewirausahaan dan penjaminan mutu produk yang sesuai dengan syariah.
- 3) Menghasilkan lulusan yang kompeten untuk memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan.
- 4) Menghasilkan lulusan yang mampu menjadi akademisi, praktisi, dan profesional yang berlandaskan syariah.

- 5) Melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat.
- 6) Meningkatkan partisipasi Program Studi dalam menghasilkan cendekiawan muslim dan menjadi teladan dalam bidang Ekonomi Islam.

Agar sistem penyelenggaraan terlindungi dan stabilitas terjaga dari gangguan eksternal, maka diperlukan sebuah manajemen yang teratur dan terstruktur.



**Gambar 4.1 Bagan Struktural Program Studi Ekonomi Islam**

## B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

### 1. Analisis Deskriptif

#### a. Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar yang total

keseluruhannya sebanyak 84 mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah (N)	Persentase (%)
Laki-laki	21	25%
Perempuan	63	75%
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah SPSS 29, Juni 2024

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa sebanyak 21 orang atau sebesar 25% responden berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 63 orang atau sebesar 75% responden berjenis kelamin perempuan. Dari hasil tersebut, disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar adalah perempuan.

**Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Tahun Masuk Kuliah**

Tahun Masuk Kuliah	Jumlah (N)	Persentase (%)
2020	29	34,5%
2021	35	41,7%
2022	20	23,8%
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah SPSS 29, Juni 2024

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa sebanyak 29 orang atau sebesar 34,5% responden yang masuk kuliah tahun 2020, kemudian sebanyak 35 orang atau sebesar 41,7% responden yang masuk kuliah tahun 2021. Dan, sebanyak 20 orang atau sebesar 23,8% responden yang masuk kuliah tahun 2022. Dari hasil tersebut,

dapat disimpulkan bahwa yang menjadi responden terbanyak didominasi oleh mahasiswa Ekonomi Islam 2021.

b. Deskripsi Variabel

Untuk menentukan hasil pengukuran tiap variabel, digunakan kriteria penilaian sebagai skala ukur dengan skor 1-5. Dengan demikian, diperoleh nilai 5 sebagai nilai maksimum dan nilai 1 sebagai nilai minimum. Adapun rumus interval yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Rentang} = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{Jumlah skor}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

$$= 0,8$$

**Tabel 4.3 Kriteria Penilaian Interval**

Kriteria Penialain	Interval
Sangat Tinggi	$4,2 \leq x \leq 5$
Tinggi	$3,4 \leq x < 4,2$
Sedang	$2,6 \leq x < 3,4$
Rendah	$1,8 \leq x < 2,6$
Sangat Rendah	$1 \leq x < 1,8$

Sumber: Data diolah, Juni 2024

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dengan jumlah responden sebanyak 84 mahasiswa. Variabel yang diukur meliputi *socioeconomic* dan perilaku konsumtif.

**Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Socioeconomic (X)**

No.	Pertanyaan	SR	R	S	T	ST	Rata rata
1	Pendidikan Terakhir ayah(X1)	3	18	14	38	11	3,4
2	Pendidikan Terakhir ibu(X2)	3	24	18	29	10	3,2
3	Status Pekerjaan Ayah saat ini(X3)	10	27	4	7	36	3,4
4	Status Pekerjaan Ibu saat ini(X4)	47	16	4	2	15	2,1
5	Pendapatan kedua Orang Tua setiap bulan(X5)	15	24	13	7	25	3,0
6	Status Tempat Tinggal anda saat ini(X6)		2	29	41	12	3,8
7	Uang Saku (termasuk biaya keperluan kuliah dan biaya sehari-hari) setiap bulan(X7)	23	39	9	4	9	2,3
8	Kendaraan yang dimiliki saat ini(X8)	23		56		5	2,6
Rata-rata Keseluruhan							3,0

Sumber: Data diolah SPSS 29, Juni 2024

Berdasarkan hasil yang diperoleh, diketahui bahwa:

- 1) Untuk pertanyaan X1 diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 38 mahasiswa yang pendidikan terakhir ayahnya adalah SMA/SMK/Sederajat dan frekuensi terendah sebanyak 3 mahasiswa yang pendidikan terakhir ayahnya adalah SD/Sederajat dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,4 artinya masuk dalam kategori tinggi.
- 2) Untuk pertanyaan X2 diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 29 mahasiswa yang pendidikan terakhir ibunya adalah SMA/SMK/Sederajat dan frekuensi terendah sebanyak 3 mahasiswa yang pendidikan terakhir ibunya adalah

SD/Sederajat dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,2 artinya masuk dalam kategori sedang.

- 3) Untuk pertanyaan X3 diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 36 mahasiswa yang status pekerjaan ayahnya adalah pekerja tetap dan frekuensi terendah sebanyak 4 mahasiswa yang status pekerjaan ayahnya adalah pekerja kontrak dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,4 artinya masuk dalam kategori tinggi.
- 4) Untuk pertanyaan X4 diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 47 mahasiswa yang status pekerjaan ibunya adalah Belum/Tidak Bekerja dan frekuensi terendah sebanyak 2 mahasiswa yang status pekerjaan ibunya adalah pekerja kontrak dengan rata-rata jawaban responden adalah 2,1 artinya masuk dalam kategori rendah.
- 5) Untuk pertanyaan X5 diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 25 mahasiswa yang Pendapatan kedua Orang Tuanya setiap bulan adalah lebih dari Rp 3.000.000 dan frekuensi terendah sebanyak 7 mahasiswa yang Pendapatan kedua Orang Tuanya setiap bulan adalah berkisar Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000 dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,0 artinya masuk dalam kategori sedang
- 6) Untuk pertanyaan X6 diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 41 mahasiswa yang status tempat tinggalnya adalah kos-kosan/kontrakan dan frekuensi terendah sebanyak 2 mahasiswa yang status tempat tinggalnya adalah menumpang dengan

keluarga dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,0 artinya masuk dalam kategori sedang.

- 7) Untuk pertanyaan X7 diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 39 mahasiswa yang uang saku tiap bulannya adalah berkisar Rp 500.000 - Rp 1.000.000 dan frekuensi terendah sebanyak 4 mahasiswa yang uang saku tiap bulannya adalah berkisar Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000 dengan rata-rata jawaban responden adalah 2,3 artinya masuk dalam kategori rendah.
- 8) Untuk pertanyaan X8 diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 56 mahasiswa yang memiliki motor dengan rata-rata jawaban responden adalah 2,6 artinya masuk dalam kategori sedang.
- 9) Perolehan rata-rata keseluruhan jawaban responden terhadap variabel *Socioeconomic* adalah 3,0 artinya masuk dalam kategori sedang.

**Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Y)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata rata
1	Saya senang membeli produk yang menawarkan hadiah(Y1)	2	3	17	55	7	3,7
2	Saya senang membeli produk yang memiliki kemasan menarik (lucu/ <i>aesthetic</i> ) (Y2)	4	3	20	41	16	3,7
3	Saya senang membeli produk sebagai bentuk penghargaan terhadap pencapaian diri ( <i>Self Reward</i> ) (Y3)	4	2	19	37	22	3,8
4	Saya sering membeli produk yang menawarkan diskon(Y4)	2	4	28	32	18	3,7
5	Saya menjadi lebih percaya diri jika menggunakan produk yang bermerek (Y5)	2	8	44	18	12	3,4

6	Saya tertarik membeli produk yang diiklankan di sosial media yang sedang tren saat ini(Y6)	3	6	47	27	1	3,2
7	Saya semakin percaya diri jika menggunakan produk yang lebih mahal(Y7)	5	15	44	13	7	3,0
<b>Rata rata Keseluruhan</b>							3,5

Sumber: Data diolah SPSS 29, Juni 2024

Berdasarkan hasil yang diperoleh, diketahui bahwa:

- 1) Untuk pernyataan Y1, diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 55 mahasiswa yang setuju dan frekuensi terendah sebanyak 2 mahasiswa yang sangat tidak setuju dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,7 artinya masuk dalam kategori tinggi.
- 2) Untuk pernyataan Y2, diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 41 mahasiswa yang setuju dan frekuensi terendah sebanyak 3 mahasiswa yang tidak setuju dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,7 artinya masuk dalam kategori tinggi.
- 3) Untuk pernyataan Y3, diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 37 mahasiswa yang setuju dan frekuensi terendah sebanyak 2 mahasiswa yang tidak setuju dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,8 artinya masuk dalam kategori tinggi.
- 4) Untuk pernyataan Y4, diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 32 mahasiswa yang setuju dan frekuensi terendah sebanyak 2 mahasiswa yang sangat tidak setuju dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,7 artinya masuk dalam kategori tinggi.
- 5) Untuk pernyataan Y5, diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 44 mahasiswa yang netral dan frekuensi terendah sebanyak 2

mahasiswa yang sangat tidak setuju dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,4 artinya masuk dalam kategori tinggi.

- 6) Untuk pernyataan Y6, diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 47 mahasiswa yang netral dan frekuensi terendah sebanyak 1 mahasiswa yang sangat setuju dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,2 artinya masuk dalam kategori sedang.
- 7) Untuk pernyataan Y7, diperoleh frekuensi tertinggi sebanyak 44 mahasiswa yang netral dan frekuensi terendah sebanyak 5 mahasiswa yang sangat tidak setuju dengan rata-rata jawaban responden adalah 3,0 artinya masuk dalam kategori sedang.
- 8) Dari hasil yang diperoleh, rata-rata jawaban responden terhadap variabel Perilaku Konsumtif adalah 3,5 artinya masuk dalam kategori tinggi.

c. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan dengan *Pearson correlation*, variabel dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Untuk responden sebanyak 84 mahasiswa dengan tingkat signifikansi 5%, ditemukan nilai  $r_{tabel} = 0,214$ .

**Tabel 4.6 Uji Validitas**

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$	Ket
Socioeconomic (X)	X1	0,656	<b>Valid</b>
	X2	0,718	<b>Valid</b>
	X3	0,589	<b>Valid</b>
	X4	0,436	<b>Valid</b>
	X5	0,750	<b>Valid</b>

	X6	0,392	<b>Valid</b>
	X7	0,350	<b>Valid</b>
	X8	0,410	<b>Valid</b>
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0,688	<b>Valid</b>
	Y2	0,739	<b>Valid</b>
	Y3	0,625	<b>Valid</b>
	Y4	0,659	<b>Valid</b>
	Y5	0,741	<b>Valid</b>
	Y6	0,704	<b>Valid</b>
	Y7	0,713	<b>Valid</b>

Sumber: Data diolah SPSS 29, Juni 2024

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, diketahui bahwa  $r_{hitung}$  pada variabel X dan Y lebih besar dari  $r_{tabel}$ , sehingga kedua variabel dinyatakan valid.

## 2) Uji Reabilitas

Dalam penelitian ini, reliabilitas kuesioner diuji dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui konsistensi kuesioner. Jika *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6, maka kuesioner dapat disimpulkan sebagai konsisten dan reliabel.

**Tabel 4.7 Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Socioeconomic</i>	0,643	<b>Reliabel</b>
Perilaku Konsumtif	0,818	<b>Reliabel</b>

Sumber: Data diolah SPSS 29, Juni 2024

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, diketahui bahwa nilai masing-masing variabel melebihi 0,6, sehingga kuesioner dalam penelitian ini dinyatakan konsisten dan reliabel.

## 3) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan sebagai salah satu syarat untuk pengujian analisis regresi linier dengan metode sederhana. Penelitian dapat berlanjut apabila semua data terbukti berdistribusi normal.

Tabel 4.8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			84
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.36021805
Most Extreme Differences	Absolute		.093
	Positive		.066
	Negative		-.093
Test Statistic			.093
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			.071
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.		.073
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.066
		Upper Bound	.080
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.			

Sumber: Data diolah SPSS 29, Juni 2024

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa nilai *asymptotic significance* kedua variabel adalah  $0,71 > 0,05$ , sehingga semua data dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

#### 4) Analisis Regresi Linear Sederhana

Model yang digunakan dalam penelitian ini yakni persamaan regresi linier sederhana. Dimana bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *Socioeconomic* (X) memiliki pengaruh terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linier sederhana yang digunakan yaitu  $Y = a + bX$

$$= 22.954 + 0.70$$

**Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.855	1	11.855	6.411	.013 <sup>b</sup>
	Residual	151.641	82	1.849		
	Total	163.496	83			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Socioeconomic						

Sumber: Data diolah SPSS 29, Juni 2024

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 6.411 dengan tingkat signifikansi  $0,013 < 0,05$ , sehingga dapat diketahui bahwa variabel *Socioeconomic* (X) memiliki pengaruh terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y), artinya perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin meningkat apabila kondisi *socioeconomic* orang tua mahasiswa masuk dalam kategori tinggi.

## d. Uji Hipotesis

1) Uji Determinasi R Square ( $R^2$ )**Tabel 4.10 Uji Determinasi  $R^2$** 

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.269 <sup>a</sup>	.073	.061	1.360
a. Predictors: (Constant), Socioeconomic				

Sumber: Data diolah SPSS 29, Juni 2024

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,073 atau 7,3% ini masuk dalam kategori hubungan lemah. Dalam kategori ini, variabel independen hanya menjelaskan sekitar 7.3% dari variabilitas dalam variabel dependen, sedangkan sebesar 92,7% sisanya dalam variabel dependen disebabkan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## 2) Uji Parsial (T)

**Tabel 4.11 Uji Parsial (T)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.954	.674		34.051	<.001
	Socioeconomic	.070	.028	.269	2.532	.013
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Sumber: Data diolah SPSS 29, Juni 2024

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat dilihat dari nilai *Standardized Coefficients* Beta = 0,269 yang berarti variabel X berpengaruh positif. Dilihat dari nilai signifikansinya,  $0,013 < 0,05$  yang berarti variabel X berpengaruh signifikan. Sehingga disimpulkan bahwa variabel *socioeconomic* (X) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).

### C. Pembahasan

Pada bagian ini, pembahasan akan dikemukakan dengan berfokus pada hasil penyajian data hingga pengujian hipotesis. Dimana hasil penelitian mengenai “Pengaruh Status *Socioeconomic* Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar” telah memberikan jawaban atas rumusan masalah yang muncul pada awal penelitian. Penelitian ini memiliki sampel yang karakteristik respondennya yakni Mahasiswa aktif ekonomi Islam tahun 2020-2022 di Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibuatnya penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana status *socioeconomic* orang tua memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya di lingkungan akademik yang mengajarkan prinsip-prinsip Ekonomi Islam.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa rata-rata tingkat *socioeconomic* orang tua mahasiswa berada pada kategori sedang. Namun jika dilihat dari berbagai sisi pada indikatornya, rata-rata tingkat pendidikan orang tua mahasiswa berada pada kategori tinggi, artinya orang tua tersebut mampu memberikan edukasi serta contoh yang baik dan memadai untuk anaknya. Kemudian dilihat dari rata-rata tingkat status pekerjaan yang

dimiliki orang tua mahasiswa berada pada kategori cukup tinggi, hal ini berarti bahwa orang tua mahasiswa memiliki kemauan untuk bekerja dalam mengusahakan yang terbaik agar dapat menunjang kebutuhan anaknya. Selanjutnya dilihat dari rata-rata tingkat pendapatan orang tua mahasiswa berada pada kategori tinggi, artinya orang tua mahasiswa memiliki kemampuan untuk memberikan keuntungan serta dukungan secara finansial dalam hal memenuhi fasilitas pendidikan yang berkualitas kepada anak. Adapun uang saku yang diberikan dari orang tua ke mahasiswa rata-rata nominalnya berada pada kategori tinggi yaitu mencapai rentang Rp 500.000 - Rp 1.000.000 tiap bulannya.

Perilaku konsumtif adalah tindakan mengonsumsi sesuatu secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan utama. Pada penelitian ini diperoleh rata-rata keseluruhan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa tersebut berada pada kategori tinggi, artinya beberapa mahasiswa tersebut tidak terlalu memikirkan kondisi sosial ekonomi orang tuanya, mereka hanya memikirkan gaya hidup, kesenangan maupun cara mereka dapat bertahan hidup dengan apa yang telah diberikan oleh orang tuanya. Padahal Islam sendiri menganjurkan umatnya untuk hidup dalam kesederhanaan dan tidak berlebih-lebihan. Sesuai firman Allah SWT yang melarang perbuatan *tabdzir* dan *israf* (melampaui batas): “Dan janganlah kamu menghamburkan (hartamu). Sesungguhnya para penghambur harta itu adalah saudara-saudara syaitan, sedangkan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya. (QS. Al Isra’ 17: 26–27). Korelasi antara perilaku konsumtif dan prinsip dasar ajaran Islam dapat dilihat dari bagaimana ajaran Islam mengatur perilaku konsumsi untuk mencapai keseimbangan, keadilan, dan

kesejahteraan. Mengonsumsi yang halal dan thayyib, menghindari pemborosan, beretika dalam konsumsi, memberikan zakat dan sedekah, serta menghindari riba adalah bagian dari ajaran Islam yang memastikan bahwa konsumsi tidak hanya bermanfaat bagi individu, tetapi juga bagi masyarakat luas. Diketahui bahwa variabel *Socioeconomic* (X) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y), artinya perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin meningkat apabila kondisi *socioeconomic* orang tua mahasiswa masuk dalam kategori tinggi. Hal ini relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Ujang Sumarwan (2020) yaitu "Keluarga menjadi daya tarik utama bagi para pemasar, sebab keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen. Keluarga dapat menjadi tujuan akhir dari berbagai promosi dan strategi marketing, karena mereka memiliki pengaruh yang luas terhadap keputusan pembelian dan perilaku konsumen." Diketahui bahwa mahasiswa adalah kelompok terpelajar yang sebagian besar belum bekerja dan masih mengandalkan orang tua untuk memenuhi kebutuhan mereka, seperti uang saku, biaya kuliah, biaya tempat tinggal (kosan) dan kebutuhan sehari-hari. Inilah pentingnya peran keluarga terutama orang tua sangat berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa. Dalam hal ini berarti bahwa orang tua mahasiswa tersebut memiliki kemampuan untuk memilih dan berkonsumsi lebih banyak barang dan jasa jika dibandingkan dengan orang yang memiliki status sosial ekonomi yang lebih rendah. Namun, perlu diingat bahwa keputusan konsumsi harus diambil secara bijak dengan tetap berdasarkan prinsip syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dan memiliki relevansi dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Avida & Rokhmani, 2021) , yang menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 7,03% terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua, maka perilaku konsumsi mahasiswa tersebut akan semakin tinggi.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa socioeconomic orang tua mahasiswa berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, hal ini berarti bahwa semakin tinggi kondisi sosial ekonomi seseorang maka cenderung memiliki perilaku konsumtif. Perilaku ini didasarkan pada beberapa hal misalnya, ingin mendapatkan pengakuan sosial (orang sekitar), tuntutan gaya hidup, serta meningkatkan percaya diri dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) Penelitian ini juga berhasil membuktikan bahwa perilaku konsumtif tidak mengenal status ataupun latar belakang pendidikan seseorang. Mahasiswa ekonomi islam yang pada dasarnya mempelajari tentang prinsip-prinsip etika konsumsi dalam islam telah mengetahui cara hidup yang tidak berlebihan, mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal, mengutamakan kebutuhan pokok dibandingkan memenuhi keinginan pribadi. Namun pada kenyataannya tidak menjamin mahasiswa untuk berperilaku konsumtif.

#### **B. Saran**

- 1) Kepada Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, seperti faktor psikologis atau lingkungan sosial. Selain itu, penelitian bisa diperluas dengan melibatkan lebih banyak sampel dari berbagai fakultas maupun universitas untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

## 2) Kepada Mahasiswa

Mahasiswa disarankan untuk tetap bijak dan rasional dalam melakukan konsumsi. Meskipun memiliki akses yang lebih besar terhadap sumber daya ekonomi, penting untuk mempertimbangkan antara pendapatan dan pengeluaran serta memilih barang atau jasa dengan cermat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwinata, N. N., Sumarwan, U., & Simanjuntak, M. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumsi Kopi di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 14(2), 189–202.
- Ali, Mm., Hariyati, T., Yudestia Pratiwi, M., & Afifah Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Rusyd Kotabumi, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2).
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15–31.
- Apriliani, I., Syuhada, S., & Dwijayanti, N. S. (2022). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Jambi. *Jurnal EduSosial*, 2(1), 91–100.
- Avida, F. K., & Rokhmani, L. (2021). Pengaruh literasi ekonomi, status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019 Universitas Negeri Malang. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(6), 687–693.
- Faidah, C. (2016). *Perilaku Konsumsi Penduduk Usia Muda Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)*.
- Febriyanty, N., & Faizin, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z di Kota Madiun. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 132–149.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen: (sikap dan pemasaran)*. Deepublish.

- Furqon, I. K. (2018). Teori Konsumsi Dalam Islam. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syari'ah*, 06(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23* (8th ed.). Univ. Diponegoro Press.
- Gunawan, A., & Andani, T. F. (2022). The Influence Of Parents' Socioeconomic Status And Self-Control On The Consumptive Behavior Of Management Study Program Students, Faculty Of Economics And Business, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(4), 819–830.
- Gunawijaya, R. (2017). Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam. *Al-Maslahah Jurnal Ilmu Syariah*, 13(1).
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*.
- Kolip, U., & Setiadi, E. M. (2015). Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial. In *Jakarta: Prenada Media Group*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2019). *Marketing : an introduction, 13th global ed.*
- Kusnina, S. G., & Ernajati, J. (2021). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Dan Xi Jurusan Ips Di Sma Jawaahirul Hikmah Kec. Besuki Tulungagung Tahun Pelajaran 2020/2021. *Literacy: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(2), 49–59.
- Nasir, P. C., & Sriyono, S. (2022). Pengaruh Besaran Uang Saku, Gaya Hidup, Literasi Ekonomi dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(2), 13.
- Prasetyaningsih, R. F. (2019). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Jenis Kelamin dan Jurusan Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa FE UNY. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 8(4), 335–345.

- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452.
- Putri, R. E., Sutieman, E., Noy, I. R., & Pattiasina, V. (2022). The Influence of Financial Literacy, Self-Control and Parents's Socio Economic Status on Students Consumptive Behavior. *PUBLIC POLICY; Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik Dan Bisnis*, 3(2), 125–140.
- Silvialorensa, D. D., Qurrotul, E., & Khoirunnisa, S. (2021). Perkembangan Peran Mahasiswa Universitas Islam Majapahit Terhadap Kegiatan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(2), 179–189.
- Soekanto, S. (2023). Sosiologi: Sebuah Pengantar. In *Jakarta: CV Rajawali*.
- Sudirman, A., Alaydrus, S., Rosmayati, S., Syamsuriansyah, Nugroho, L., Arifudin, O., Hanika, I. M., Haerany, A., Rusmana, F. D., & Rijal, K. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya Di Era Digital*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2020). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia. (2) 277.
- Suryani, C., & Usman, O. (2021). The Effect of Social Media, Peers, and Socioeconomic Status of Parents on the Consumptive Behavior of Students Universitas Negeri Jakarta. *Peers, and Socioeconomic Status of Parents on the Consumptive Behavior of Students Universitas Negeri Jakarta (January 16, 2021)*. 2
- Susilawati, S., Zain, R., Majdi, M. Z., & Rahayu, J. H. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 6(1), 186–199.

Wahidin, W. (2020). Peran Orang Tua Dalam Menumbuhkan Motivasi Belajar Pada Anak Sekolah Dasar. *JURNAL PANCAR (Pendidik Anak Cerdas Dan Pintar)*, 3(1).

Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. Penerbit Nem.





## Lampiran 1 Kuesioner

### LEMBAR KUESIONER PENELITIAN

#### “PENGARUH STATUS SOCIOECONOMIC ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA EKONOMI ISLAM 2020-2022 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR”

---

#### **I. IDENTITAS RESPONDEN:**

Nama :

Jenis Kelamin :

Tahun Masuk :

No.Hp/*WhatsApp* :

#### **II. PETUNJUK PENGISIAN:**

Berikan jawaban yang sebenar-benarnya pada setiap pernyataan, dengan mengklik tanda ( ) pada salah satu kotak dibawah pernyataan.

**STS= Sangat Tidak Setuju**

**TS= Tidak Setuju**

**N= Netral**

**S= Setuju**

**SS= Sangat Setuju**

#### **A. STATUS SOCIOECONOMIC**

1. Pendidikan terakhir Ayah

- |                   |                        |
|-------------------|------------------------|
| a. Tidak Sekolah  | d. SMA/SMK/ sederajat  |
| b. SD/ sederajat  | e. Diploma/ S1/ S2/ S3 |
| c. SMP/ sederajat |                        |

2. Pendidikan terakhir Ibu

- |                   |                        |
|-------------------|------------------------|
| a. Tidak Sekolah  | d. SMA/SMK/ sederajat  |
| b. SD/ sederajat  | e. Diploma/ S1/ S2/ S3 |
| c. SMP/ sederajat |                        |

3. Status Pekerjaan Ayah saat ini

- |   |                                |
|---|--------------------------------|
| a. Belum/ Tidak Bekerja                     | d. Pekerja Sementara (kontrak) |
| b. Pekerja Harian                           | e. Pekerja Tetap               |
| c. Pekerja Paruh waktu ( <i>Part-Time</i> ) |                                |

4. Status Pekerjaan Ibu saat ini
  - a. Belum/Tidak Bekerja
  - b. Pekerja Harian
  - c. Pekerja Paruh waktu (*Part-Time*)
  - d. Pekerja Sementara (kontrak)
  - e. Pekerja Tetap
5. Pendapatan kedua Orang Tua setiap bulan
  - a. Kurang dari Rp 500.000
  - b. Rp 500.000 - Rp 1.000.000
  - c. Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
  - d. Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
  - e. Lebih dari Rp 3.000.000
6. Status Tempat tinggal anda saat ini
  - a. Asrama Mahasiswa
  - b. Menumpang dengan keluarga
  - c. Bersama Orang Tua
  - d. Kos-kosan/Kontrakan
  - e. Rumah Sendiri
7. Uang Saku (termasuk biaya keperluan kuliah dan biaya sehari-hari) setiap bulan
  - a. Kurang dari Rp 500.000
  - b. Rp 500.000 - Rp 1.000.000
  - c. Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
  - d. Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
  - e. Lebih dari Rp 3.000.000
8. Kendaraan yang dimiliki saat ini
  - a. Tidak memiliki kendaraan
  - b. Sepeda
  - c. Motor
  - d. Mobil
  - e. Motor dan Mobil

## B. PERILAKU KONSUMTIF

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya senang membeli produk yang menawarkan hadiah					
2	Saya senang membeli produk yang memiliki kemasan menarik ( <i>lucu/aesthetic</i> )					
3	Saya senang membeli produk sebagai bentuk penghargaan terhadap pencapaian diri ( <i>Self Reward</i> )					
4	Saya sering membeli produk yang menawarkan diskon					
5	Saya menjadi lebih percaya diri jika menggunakan produk yang bermerek					
6	Saya tertarik membeli produk yang diiklankan di sosial media yang sedang tren saat ini					
7	Saya semakin percaya diri jika menggunakan produk yang lebih mahal					

### Lampiran 2 data mentah (tabulasi data)

- Gambaran Umum Responden

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	21	25.0	25.0	25.0
	perempuan	63	75.0	75.0	100.0
Total		84	100.0	100.0	

		Tahun_Masuk_Kuliah			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2020	29	34.5	34.5	34.5
	2021	35	41.7	41.7	76.2
	2022	20	23.8	23.8	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

- Deskripsi Jawaban responden

STATUS SOCIOECONOMIC (X)								TOTAL X
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	
4	3	2	1	1	4	2	3	20
4	4	5	1	2	4	2	1	23
4	4	2	1	4	3	1	3	22
4	2	2	1	5	3	1	3	21
3	3	2	1	1	3	2	1	16
2	3	1	1	2	4	2	3	18
4	3	2	1	2	5	2	3	22
5	5	5	5	5	4	3	1	33
2	2	2	2	3	4	1	3	19
5	4	1	1	1	3	5	3	23
2	2	2	2	1	4	5	1	19
3	2	5	5	2	4	2	1	24
4	2	5	5	4	3	3	1	27
1	2	2	1	3	4	2	1	16

<b>X1</b>	<b>X2</b>	<b>X3</b>	<b>X4</b>	<b>X5</b>	<b>X6</b>	<b>X7</b>	<b>X8</b>	<b>TOTAL X</b>
4	4	1	1	1	3	1	3	18
4	5	5	5	5	4	3	1	32
3	3	2	2	3	5	2	3	23
2	2	5	1	3	4	2	3	22
4	4	5	1	5	4	3	3	29
4	4	5	3	5	5	4	3	33
2	2	2	2	2	4	2	3	19
4	4	5	5	4	4	2	3	31
5	5	5	1	5	4	2	1	28
2	2	1	1	2	3	5	3	19
4	3	1	2	1	4	1	1	17
3	2	5	1	1	4	1	1	18
4	1	5	5	2	4	1	1	23
4	5	5	1	2	3	2	3	25
5	4	5	2	5	3	2	3	29
2	2	2	2	1	4	2	1	16
2	2	1	1	1	4	4	1	16
4	4	1	1	2	4	1	3	20
3	2	2	1	3	3	1	3	18
4	5	5	1	5	3	2	3	28
3	3	5	1	2	4	1	3	22
4	4	4	1	4	5	4	1	27
2	2	2	1	2	4	2	1	16
4	4	5	1	5	4	3	3	29
5	4	5	5	1	4	1	3	28
2	1	5	2	2	4	1	3	20
4	4	5	5	5	5	2	3	33
2	2	2	5	3	4	2	1	21
4	4	5	1	4	2	2	3	25
4	3	2	2	2	2	5	3	23
1	1	2	1	1	3	1	1	11
4	4	4	1	2	5	1	3	24
4	3	5	3	5	3	1	1	25
4	4	5	1	4	4	5	3	30
3	5	1	5	5	5	5	5	34
3	3	4	4	1	4	3	3	25
3	4	5	1	2	3	2	3	23
5	4	5	1	5	3	3	3	29
3	2	3	1	3	3	4	3	22
5	5	1	5	5	5	1	3	30

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	TOTAL X
2	2	2	2	5	4	5	1	23
2	4	2	5	4	4	5	1	27
3	4	5	1	5	4	2	5	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	2	3	4	1	3	24
4	3	2	2	3	4	1	3	22
5	5	5	4	5	4	2	3	33
4	4	5	1	5	4	2	3	28
4	4	5	2	5	3	2	3	28
4	3	5	2	5	4	2	5	30
2	2	3	3	1	3	1	3	18
4	2	2	1	5	5	3	3	25
3	2	2	1	3	3	2	3	19
2	2	5	2	2	4	2	3	22
2	3	3	1	2	3	2	3	19
2	3	2	2	2	3	1	3	18
5	4	4	1	5	5	2	3	29
4	4	1	5	1	3	1	3	22
3	2	2	1	3	3	2	3	19
4	3	5	1	2	3	1	3	22
4	4	2	1	3	3	1	3	21
1	2	2	5	5	3	2	3	23
2	2	3	1	1	3	2	1	15
3	4	2	3	2	4	2	1	21
4	3	4	1	2	3	2	3	22
4	4	5	1	3	5	2	3	27
4	3	2	1	2	3	2	3	20
4	4	5	1	2	4	2	3	25
5	5	5	1	5	4	3	5	33
4	4	4	1	2	4	2	3	24

PERILAKU KONSUMTIF (Y)							TOTAL Y
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
5	4	4	5	4	4	3	29
5	5	5	5	5	3	3	31
4	4	5	4	5	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	3	5	4	4	4	29

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTAL Y
4	4	3	3	3	4	3	24
3	4	3	3	2	3	2	20
2	4	5	3	3	3	3	23
4	4	4	3	3	3	3	24
4	4	4	5	3	4	4	28
3	3	4	3	2	3	2	20
5	5	4	5	5	4	4	32
3	3	3	4	3	3	3	22
3	4	4	4	3	3	3	24
3	1	3	3	3	3	1	17
3	4	5	3	3	2	3	23
4	4	4	4	4	4	4	28
2	2	4	3	4	2	4	21
4	5	5	2	4	4	3	27
3	3	4	5	5	4	4	28
4	4	5	3	5	2	4	27
3	2	4	4	3	2	2	20
3	4	4	2	3	2	2	20
4	4	4	4	3	3	3	25
4	4	4	4	2	3	2	23
4	4	4	4	4	3	2	25
4	4	4	4	2	3	2	23
1	1	1	1	3	3	3	13
4	4	4	4	3	3	3	25
4	4	3	4	4	3	3	25
2	1	1	4	1	1	1	11
4	4	4	4	5	3	5	29
4	3	5	3	3	2	3	23
4	4	4	4	4	4	5	29
4	5	4	4	4	4	3	28
3	3	4	3	3	3	3	22
3	4	3	2	3	3	1	19
3	3	5	4	5	3	3	26
4	3	5	3	2	3	2	22
3	4	3	3	3	3	3	22
3	5	5	5	3	3	2	26
3	3	4	3	3	4	2	22
5	5	4	3	2	3	3	25
4	4	3	5	4	3	5	28
5	4	4	5	5	4	4	31

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTAL Y
1	2	2	2	1	1	1	10
4	4	4	4	3	3	3	25
4	5	5	4	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	21
5	5	4	3	3	3	2	25
4	4	4	4	3	3	3	25
3	3	4	3	3	3	3	22
4	5	3	3	3	3	2	23
4	1	3	4	2	1	1	16
4	3	4	5	3	3	3	25
4	3	3	3	3	3	3	22
4	5	5	4	5	4	3	30
4	5	5	3	4	4	5	30
4	4	4	4	3	3	3	25
4	4	3	5	3	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	5	4	3	4	3	26
4	4	5	5	3	3	3	27
4	5	5	5	3	3	3	28
4	3	3	3	3	3	3	22
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	4	3	4	3	28
4	3	4	4	3	4	2	24
4	3	3	3	3	3	3	22
4	4	5	4	2	3	2	24
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	1	3	3	3	3	20
4	5	5	5	5	5	5	34
4	3	3	3	3	3	3	22
4	3	1	1	3	3	3	18
4	4	4	3	3	3	3	24
4	4	2	3	3	4	2	22
4	3	4	5	5	3	5	29
4	5	3	4	4	4	3	27
4	4	3	5	5	4	5	30
4	4	5	3	4	4	3	27
4	4	5	5	3	3	3	27
4	5	5	5	3	4	3	29

### Lampiran 3 Hasil Olah Data

- Uji Validitas

#### Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	TOTAL _X
X1	Pearson Correlation	1	.698**	.392**	.069	.381**	.123	-.009	.284**	.656**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.533	.000	.265	.934	.009	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X2	Pearson Correlation	.698**	1	.311**	.126	.435**	.192	.146	.326**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.252	.000	.080	.186	.002	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X3	Pearson Correlation	.392**	.311**	1	.084	.373**	.105	-.050	.111	.589**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.449	.000	.340	.651	.313	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X4	Pearson Correlation	.069	.126	.084	1	.207	.223*	.100	-.113	.436**
	Sig. (2-tailed)	.533	.252	.449		.059	.042	.365	.307	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X5	Pearson Correlation	.381**	.435**	.373**	.207	1	.216*	.223*	.275*	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.059		.048	.042	.011	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X6	Pearson Correlation	.123	.192	.105	.223*	.216*	1	.126	.046	.392**
	Sig. (2-tailed)	.265	.080	.340	.042	.048		.255	.677	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X7	Pearson Correlation	-.009	.146	-.050	.100	.223*	.126	1	.009	.350**
	Sig. (2-tailed)	.934	.186	.651	.365	.042	.255		.934	.001
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X8	Pearson Correlation	.284**	.326**	.111	-.113	.275*	.046	.009	1	.410**
	Sig. (2-tailed)	.009	.002	.313	.307	.011	.677	.934		.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
TOTAL	Pearson Correlation	.656**	.718**	.589**	.436**	.750**	.392**	.350**	.410**	1
AL_	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
X	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTAL_ Y
Y1	Pearson Correlation	1	.574**	.294**	.450**	.356**	.458**	.323**	.688**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.000	.001	.000	.003	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y2	Pearson Correlation	.574**	1	.504**	.313**	.346**	.527**	.331**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.001	.000	.002	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y3	Pearson Correlation	.294**	.504**	1	.376**	.307**	.238*	.218*	.625**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000		.000	.004	.029	.046	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y4	Pearson Correlation	.450**	.313**	.376**	1	.368**	.309**	.370**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000		.001	.004	.001	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y5	Pearson Correlation	.356**	.346**	.307**	.368**	1	.508**	.711**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.004	.001		.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y6	Pearson Correlation	.458**	.527**	.238*	.309**	.508**	1	.503**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.029	.004	.000		.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y7	Pearson Correlation	.323**	.331**	.218*	.370**	.711**	.503**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.046	.001	.000	.000		.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
TOTAL_ AL_ Y	Pearson Correlation	.688**	.739**	.625**	.659**	.741**	.704**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84	84	84

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### • Uji Reabilitas

##### Reliability Statistics X

Cronbach's Alpha	N of Items
.643	8

##### Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	7

- Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		84	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	4.36021805	
Most Extreme Differences	Absolute	.093	
	Positive	.066	
	Negative	-.093	
Test Statistic		.093	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.071	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.071	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.065
		Upper Bound	.078

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1241531719.

- Analisis Regresi Linear Sederhana

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Socioeconomic <sup>b</sup>		. Enter

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. All requested variables entered.

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.855	1	11.855	6.411	.013 <sup>b</sup>
	Residual	151.641	82	1.849		
	Total	163.496	83			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Socioeconomic

- **Uji Hipotesis**

Uji Determinasi R<sup>2</sup>

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.269 <sup>a</sup>	.073	.061	1.360

a. Predictors: (Constant), Socioeconomic

Uji Parsial (T)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	22.954	.674		34.051	<.001
	Socioeconomic	.070	.028	.269	2.532	.013

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

## Lampiran 4 Surat Penelitian



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 066972 Fax (0411) 865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 4061/05/C.4-VIII/IV/1445/2024

19 April 2024 M

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

10 Syawal 1445

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Dekan FEBIS

Universitas Muhammadiyah Makassar

di -

Makassar

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 278/05/A.2-II/IV/45/2024 tanggal 19 April 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : SARAH ZETTIRA AGAM DARWIS

No. Stambuk : 10574 1103120

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Ekonomi Islam

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

**"PENGARUH STATUS SOCIOECONOMIC ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA EKONOMI ISLAM 2020-2022 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 24 April 2024 s/d 24 Juni 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Ketua LP3M,



Da'Wuh. Arief Muhsin, M.Pd.

NBM 1127761



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**



**SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN**  
 No.595/05/A.2-II/IV/45/2024

Berdasarkan Surat Masuk dengan Nomor: 4061/05/C.4-VIII/IV/1445/2024 dari Lembaga Penelitian Pengembangan dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Makassar, maka yang Bertanda Tangan dibawah ini:

Nama : **Dr. H. Andi Jam'an., S.E., M. Si**  
 NBM : 651 507  
 Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Memberikan kepada mahasiswa dibawah ini:

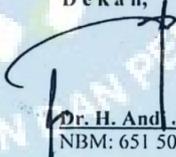
Nama : **Sarah Zettira Agam Darwis**  
 NIM : 105741103120  
 Program Studi : Ekonomi Islam  
 Judul Skripsi : "Pengaruh Status Socioeconomic Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam 2020-2022 Universitas Muhammadiyah Makassar"

Dengan ini memberikan izin penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dari tanggal 24 April 2024 s/d 22 Juni 2024.

Demikian Surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 13 Syawal 1445 H  
 22 April 2024 M

D e k a n,

  
**Dr. H. Andi Jam'an., S.E., M.Si**  
 NBM: 651 507

*Tembusan:*

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip



### Lamporan 5 Dokumentasi Pengisian Kuesioner Oleh Responden



## Lamporan 6 Surat Keterangan Bebas Plagiat



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221 Tlp. (0411) 866972, 881593, Fax. (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Sarah Zettira Agam Darwis

Nim : 105741103120

Program Studi : Ekonomi Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	8 %	10 %
2	Bab 2	17 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	7 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 16 Juli 2024  
Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan.



## BAB I Sarah Zettira Agam Darwis 105741103120

### ORIGINALITY REPORT

**8%**

SIMILARITY INDEX

**9%**

INTERNET SOURCES

**2%**

PUBLICATIONS

**7%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	3%
2	www.scribd.com Internet Source	2%
3	repository.umy.ac.id Internet Source	2%
4	repository.unpas.ac.id Internet Source	2%

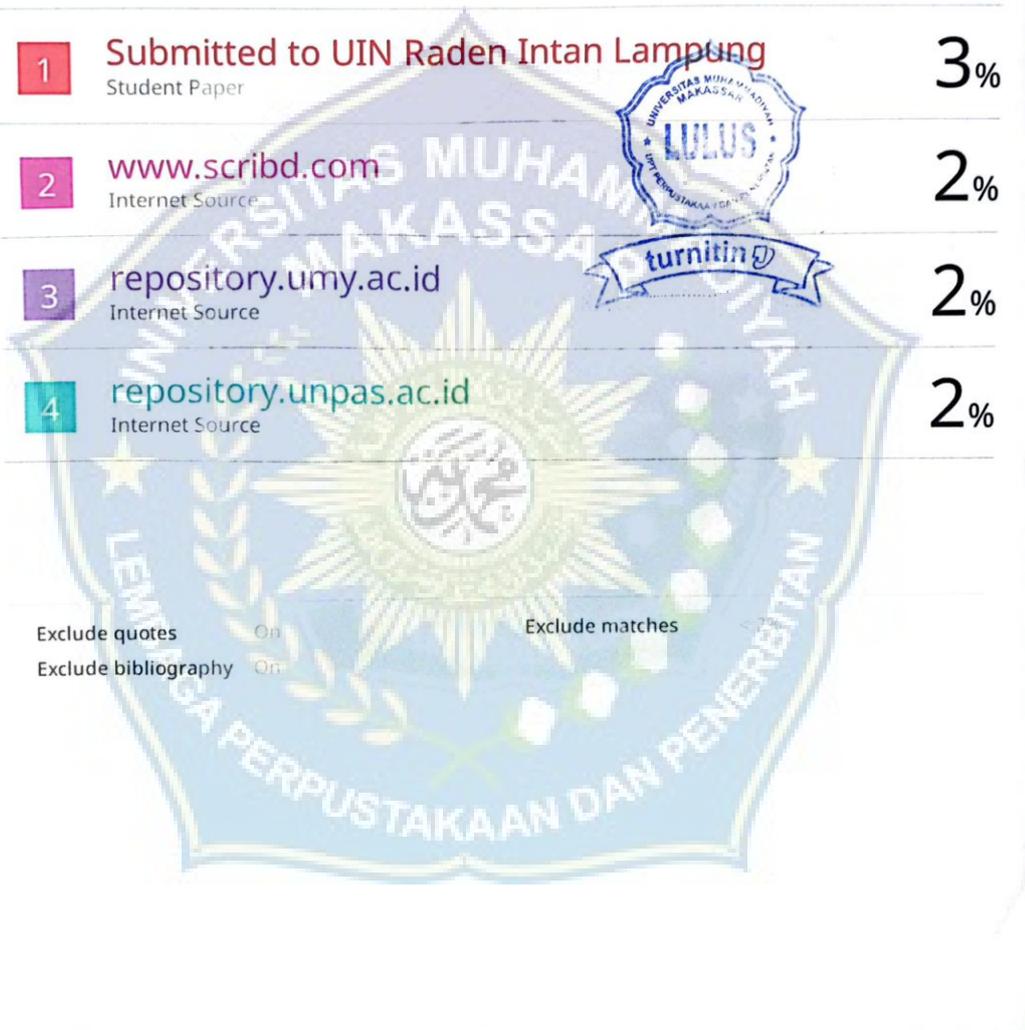
Exclude quotes

On

Exclude matches

Exclude bibliography

On



## BAB II Sarah Zettira Agam Darwis 105741103120

### ORIGINALITY REPORT

**17%**  
SIMILARITY INDEX

**15%**  
INTERNET SOURCES

**9%**  
PUBLICATIONS

**12%**  
STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	3%
2	text-id.123dok.com Internet Source	2%
3	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	1%
4	konsultasiskripsi.com Internet Source	1%
5	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	1%
6	docplayer.info Internet Source	1%
7	es.scribd.com Internet Source	1%
8	www.wartamadrasahku.com Internet Source	1%
9	123dok.com Internet Source	1%

## BAB III Sarah Zettira Agam Darwis 105741103120

### ORIGINALITY REPORT

**9%**

SIMILARITY INDEX

**4%**

INTERNET SOURCES

**10%**

PUBLICATIONS

**11%**

STUDENT PAPERS

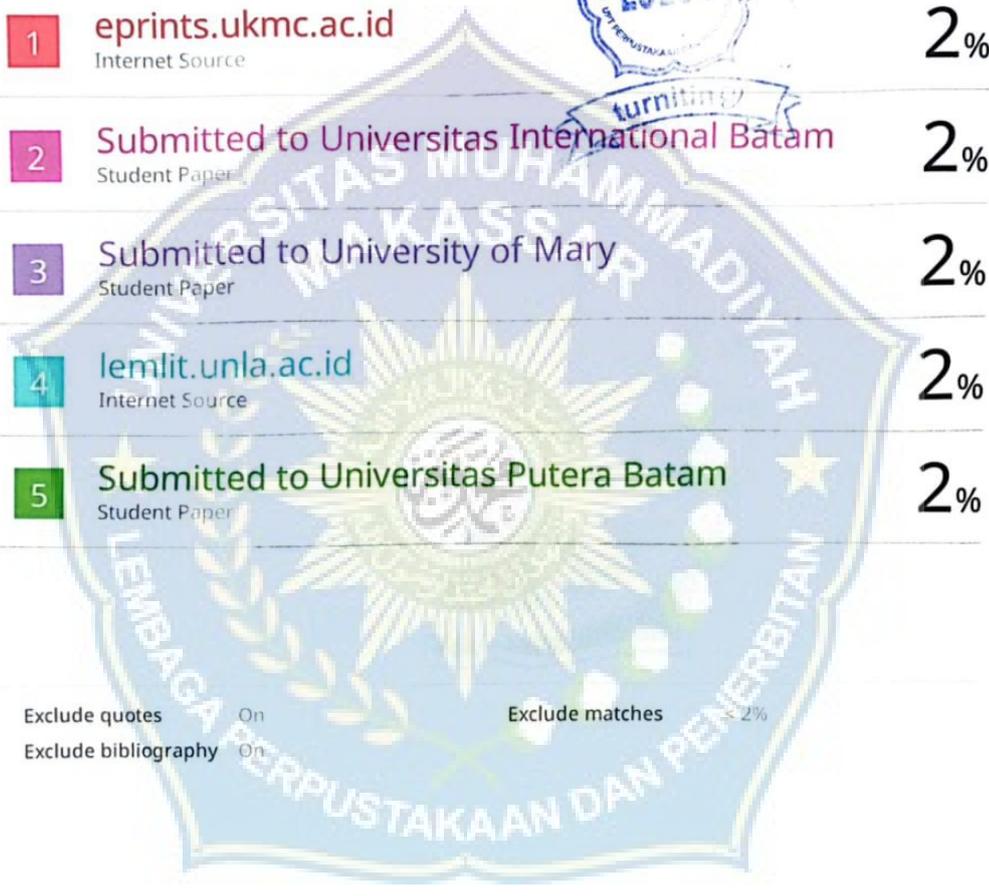
### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://eprints.ukmc.ac.id">eprints.ukmc.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	Submitted to Universitas International Batam Student Paper	<b>2%</b>
<b>3</b>	Submitted to University of Mary Student Paper	<b>2%</b>
<b>4</b>	<a href="http://lemlit.unla.ac.id">lemlit.unla.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>5</b>	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<b>2%</b>

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches  < 2%



## BAB IV Sarah Zettira Agam Darwis 105741103120

### ORIGINALITY REPORT

**7%**

SIMILARITY INDEX

**9%**

INTERNET SOURCES

**2%**

PUBLICATIONS

**4%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://digilibadmin.unismuh.ac.id">digilibadmin.unismuh.ac.id</a> Internet Source	<b>4%</b>
<b>2</b>	<a href="http://sintama.stibsa.ac.id">sintama.stibsa.ac.id</a> Internet Source	<b>3%</b>

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches  < 2%



## BAB V Sarah Zettira Agam Darwis 105741103120

### ORIGINALITY REPORT

**4%**

SIMILARITY INDEX

**4%**

INTERNET SOURCES

**0%**

PUBLICATIONS

**0%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

**1**

[repositori.usu.ac.id](http://repositori.usu.ac.id)  
Internet Source



**4%**

Exclude quotes  On

Exclude matches  On

Exclude bibliography  On



## BIOGRAFI PENULIS



Sarah Zettira Agam Darwis panggilan Sarah lahir di Makassar pada tanggal 27 Oktober 2001 dari pasangan suami istri Bapak Chandra Dwi Satriagam Darwis dan Ibu Kusmawati. Peneliti adalah anak ketiga dari 4 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jalan Pampang 1 No. 8, Kelurahan Pampang, Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Inpres Panaikang II/I Makassar lulus tahun 2014, Yayasan Kartini SMP Borobudur Cilandak Jakarta Selatan lulus tahun 2017, SMA Negeri 2 Bantaeng lulus tahun 2020, dan mulai tahun 2020 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar