

**PENGARUH *RELIGIUSITAS* DAN KECERDASAN  
EMOSIONAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MEMBELI PRODUK *FASHION* PADA MAHASANTRI  
MA'HAD SUNAN AMPEL AL-ALY UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**



oleh

**Ferdy Nanda Kurifawan**

**14410112**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2018**

**PENGARUH *RELIGIUSITAS* DAN *KECERDASAN*  
EMOSIONAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MEMBELI PRODUK *FASHION* PADA MAHASANTRI  
MA'HAD SUNAN AMPEL AL-ALY UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
dalam memperoleh gelar sarjana Psikologi (S.Psi)

oleh

**Ferdy Nanda Kurifawan**  
**14410112**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2018**

**PENGARUH *RELIGIUSITAS* DAN KECERDASAN  
EMOSIONAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MEMBELI PRODUK *FASHION* PADA MAHASANTRI  
MA'HAD SUNAN AMPEL AL-ALY UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

oleh

**Ferdy Nanda Kurifawan**

14410112

Telah disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing

**Muhammad Bahrn Amiq, M.Si.**

NIP. 19771224 200801 1 007

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi



**Dr. Siti Mahmudah, M.Si.**

NIP. 19671029 199403 2 001

## SKRIPSI

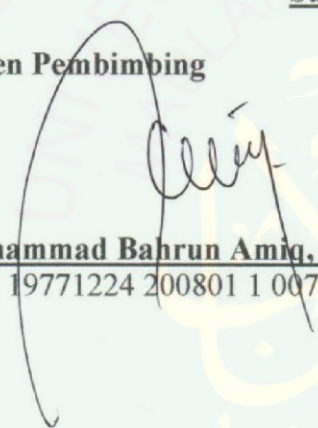
### **PENGARUH *RELIGIUSITAS* DAN KECERDASAN EMOSIONAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MEMBELI PRODUK *FASHION* PADA MAHASANTRI MA'HAD SUNAN AMPEL AL-ALY UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

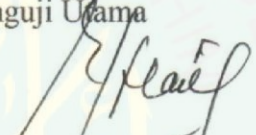
telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
pada tanggal, 02 Agustus . 2018

#### Susunan Dewan Penguji

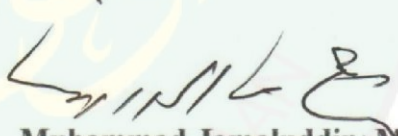
Dosen Pembimbing

Anggota Penguji lain  
Penguji Utama

  
Muhammad Bahrin Amiq, M.Si.  
NIP. 19771224 200801 1 007

  
Dr. Elok Halimatus Sa'diyah, M.Si  
NIP. 19740518 200501 2 002

Anggota

  
Muhammad Jamaluddin, M.Si  
NIP. 19801108 200801 1 007

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi  
Tanggal, 02.08.2018

**Mengesahkan**  
**Dekan Fakultas Psikologi**  
**UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**



  
Siti Mahmudah, M.Si.  
NIP. 19671029 199403 2 001

## Pernyataan Orisinalitas

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ferdy Nanda Kurifawan  
NIM : 14410112  
Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul “Pengaruh *Religiusitas* dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif Membeli Produk *Fashion* Pada Mahasantri Ma’had Sunan Ampel Al-Aly Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang”, adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Univesitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benanya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sangsi.

Malang, Agustus 2018  
Penulis,



Ferdy Nanda Kurifawan  
14410112

## **Motto**

Belajarliah dari kesalahan di masa lalu, mencoba dengan cara yang berbeda, dan senantiasa berharap untuk kesuksesan di masa depan.

Kerja Keras, Kerja Cerdas dan Kerja Ikhlas Lillahi Ta'ala..



## Persembahan

Bismillahirohmanirrohiim.....

Alhamdulillah robbil ‘alamiin segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam yang telah memberikan nikmat, rahmat serta hidayah-Nya kepada hambanya. Engkau lah Dzat yang Maha Mengetahui dan Engkau lah yang memberi saya kekuatan dan kesabaran dalam menyelesaikan karya ini. Shalawat serta salam tetap tucurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW. Semoga kita senantiasa mendapatkan syafaat dan pertolongannya. Aamiin.

Kemudian, kupersembahkan karya sederhana ini kepada kedua orang tua saya, Bapak Fatkur Rohman dan Ibu Wajinah serta adik saya Brinda Aprilia Rochmawati. Keluarga yang sangat berarti bagi kehidupan saya selama ini dan senantiasa memberikan kasih sayangnya tanpa batas kepada saya. Guru-guru yang telah membimbing saya dengan sabar selama ini (Guru TK Raden Paku Surabaya, Guru SDN Kalicilik, Guru SMPN 1 Bojonegoro, dan Guru SMAN 2 Bojonegoro). Selanjutnya, kepada Bapak Muhammad Bahrn Amiq, M.Si dan Ibu Dr. Retno Mangestuti serta seluruh dosen dan staff Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Semoga karya ini mampu memberikan manfaat kepada civitas akademika UIN Maulana Malik Ibrahim Malang khususnya Fakultas Psikologi.

Peneliti

## Kata Pengantar

Puji syukur *Alhamdulillah* senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan makalah ini. Sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kehadiran Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya kela dihari akhir.

Karya ini tidak pernah ada tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah terlibat. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang setinggi-tinggiya kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Siti Mahmudah, M.Si, selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Muhammad Bahrhun Amiq, M.Si dan Dr. Retno Mangestuti, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberi banyak arahan, nasihat, motivasi, dan berbagai pengalaman yang berharga pada penulis.
4. Dr. Endah Kurniawati Purwaningtyas, M.Psi., Psikolog selaku dosen penasehat akademik yang telah membimbing dari semester satu hingga akhir.
5. Ayahku, Fatkur Rohman dan Ibuku, Wajinah, yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, dan kepercayaan.
6. Kakakku dan adikku, Dian Purwaningtyas, S.Pd dan Brinda Aprillia Rahmawati, yang selalu memberi doa terbaik dan semangat.
7. Segenap dosen Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staf yang sabar dan selalu melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.

8. Seluruh teman-teman angkatan 2014, yang berjuang bersama-sama untuk meraih mimpi.
9. Semua pihak yang ikut membantu dalam menyelesaikan penelitian ini baik secara moril maupun materiil.

Semoga Allah memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan dan jerih payah yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai. Saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi menyempurnakan karya tulis ilmiah ini. Akhirnya penulis berharap semoga makalah ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Malang, 9 Juli 2018

Penulis,

Ferdy Nanda Kurifawan

## Daftar Isi

<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	<b>iv</b>
<b>Motto .....</b>	<b>vi</b>
<b>Persembahan .....</b>	<b>vii</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xv</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>xvi</b>
<b>المستخلص .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
A. Perilaku Konsumtif .....	14
1. Pengertian Perilaku Konsumtif .....	14
2. Aspek Perilaku Konsumtif .....	15
3. Indikator Perilaku Konsumtif.....	16
4. Faktor Perilaku Konsumtif .....	18
5. Perilaku Konsumtif Dalam Pandangan Islam .....	26
B. <i>Religiusitas</i> .....	29
1. Pengertian <i>Religiusitas</i> .....	29
2. Aspek <i>Religiusitas</i> .....	33
3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi <i>Religiusitas</i> .....	39
4. Fungsi <i>Religiusitas</i> Bagi Manusia.....	48
5. <i>Religiusitas</i> dalam Perspektif Islam .....	55
C. Kecerdasan Emosional .....	58
1. Pengertian Kecerdasan Emosional .....	58
2. Aspek Kecerdasan Emosional.....	60

3. Faktor yang Mempengaruhi Kecerdasan Emosional .....	70
4. Kecerdasan Emosional dalam Perspektif Islam .....	71
D. Hipotesis Penelitian.....	77
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>79</b>
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	79
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	80
C. Subjek Penelitian.....	81
D. Teknik Pengumpulan Data.....	81
1. Blueprint.....	82
2. Validitas dan Reliabilitas .....	84
E. Analisis Data.....	89
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>93</b>
A. Pelaksanaan Penelitian .....	93
1. Gambaran Lokasi Penelitian .....	93
2. Pelaksanaan Penelitian .....	100
B. Hasil Penelitian .....	101
1. Deskripsi data.....	101
2. Uji Asumsi.....	107
3. Uji Hipotesis.....	109
4. Uji Beda.....	111
C. Pembahasan.....	112
1. Tingkat <i>Religiusitas</i> .....	112
2. Tingkat Kecerdasan Emosional.....	114
3. Tingkat Perilaku Konsumtif .....	115
4. Pengaruh <i>Religiusitas</i> Terhadap Perilaku Konsumtif .....	117
5. Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif ....	119
6. Pengaruh <i>Religiusitas</i> dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif.....	122
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>127</b>
A. Kesimpulan .....	127
B. Saran.....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>133</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>139</b>

## Daftar Tabel

Tabel 3.1 <i>Blueprint Centrality Religiosity Scale (CRS)</i> .....	82
Tabel 3.2 <i>Blueprint dari Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)</i> .....	83
Tabel 3.3 Skala Perilaku Konsumtif .....	84
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Centralitiy Religiosity Scale (CRS)</i> .....	86
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas <i>Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)</i> .....	87
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif .....	87
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	89
Tabel 3.8 Rumus Kategorisasi .....	91
Tabel 4.1 Deskripsi Skor Hipotetik dan Empirik.....	101
Tabel 4.2 Norma Kategorisasi.....	102
Tabel 4.3 Kategorisasi Tingkat <i>Religiuitas</i> .....	103
Tabel 4.4 Kategorisasi Tingkat Kecerdasan Emosional.....	104
Tabel 4.5 Kategorisasi Tingkat Perilaku Konsumtif.....	106
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	108
Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas.....	109
Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis Mayor.....	109
Tabel 4.9 Persentase Pengaruh <i>Religiuitas</i> dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif.....	110
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis Minor.....	110
Tabel 4.11 Hasil Uji Beda.....	111

## Daftar Gambar

Gambar 4.1 Gambar Grafik Alokasi Pengeluaran Rumah Tangga.....	4
Gambar 4.2 Gambar Diagram Kategorisasi Tingkat <i>Religiusitas</i> .....	104
Gambar 4.3 Gambar Diagram Kategorisasi Tingkat Kecerdasan Emosional.....	105
Gambar 4.4 Gambar Diagram Kategorisasi Tingkat Perilaku Konsumtif.....	106



## Daftar Lampiran

Lampiran 1. Skala Perilaku Konsumtif.....	139
Lampiran 2. Skala <i>Religiusitas</i> .....	144
Lampiran 3. Skala Kecerdasan Emosional.....	147
Lampiran 4. Uji Reliabilitas dan Validitas Skala Perilaku Konsumtif .....	150
Lampiran 5. Uji Reliabilitas dan Validitas Skala Religiusitas.....	151
Lampiran 6. Uji Reliabilitas dan Validitas Skala Kecerdasan Emosional .....	153
Lampiran 7. Uji Linieritas.....	155
Lampiran 8. Uji Normalitas .....	156
Lampiran 9. Uji Regresi.....	158
Lampiran 10. Uji Beda.....	159
Lampiran 11. Input Skala Perilaku Konsumtif .....	161
Lampiran 12. Input Skala Kecerdasan Emosional .....	182
Lampiran 13. Input Skala Religiusitas .....	203
Lampiran 14. Naskah Publikasi .....	224

## Abstrak

Kurifawan, Ferdy Nanda. 2018. Pengaruh *Religiusitas* dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif Membeli Produk *Fashion* Pada Mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
Pembimbing: Muhammad Bahrin Amiq, M.Si  
Dr. Retno Mangestuti, M.Si

---

**Kata kunci:** mahasantri, *religiusitas*, kecerdasan emosional, perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang bertujuan untuk membeli suatu barang atau jasa secara berlebihan yang mana tidak rasional dan menimbulkan pemborosan serta menekankan pada kesenangan diri ketika berhasil membelinya. Adapun faktor yang diasumsikan yang melatarbelakangi perilaku konsumtif adalah *religiusitas* dan kecerdasan emosional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif, untuk mengetahui pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif dan untuk mengetahui pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *Fashion* pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang diukur menggunakan tiga skala yaitu skala *religiusitas* yang diadaptasi dari *The Centrality Religiosity Scale (CRS)* untuk mengukur *religiusitas*, skala kecerdasan emosional yang diadaptasi dari *Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)* untuk mengukur kecerdasan emosional dan skala perilaku konsumtif yang diambil dari aspek yang diungkapkan oleh Lina dan Rasyid (1997) untuk mengukur perilaku konsumtif.

Analisis data yang dilakukan adalah analisis regresi linier berganda. Subjek penelitian ini adalah mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebanyak 365 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Secara bersama-sama, *religiusitas* dan kecerdasan emosional mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 18,5%. Secara terpisah *religiusitas* mampu mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 21,5% dan kecerdasan emosional mampu mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 12,4%.

## Abstract

Kurifawan, Ferdy Nanda. 2018. The Influence of Religious and Emotional Intelligence towards Consumptive Behavior of Buying Fashion Product for The Students of Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

Supervisors : Muhammad Bahrn Amiq, M.Si

Dr. Retno Mangestuti, M.Si

---

**Key Words:** Students, Religious, Emotional Intelligence, Consumptive behavior

Consumptive behavior is a purposed behavior in order to consume things or service excessively which is irrational and create waste and also pressed on self pleasure after buying it. The background factor of consumptive behavior is religious and emotional intelligence. The purpose of this research is acknowledge the influence of emotional intelligence towards consumptive behavior in buying *Fashion* product for the students of Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

This research uses quantitative data which is measured by three scales which are religious scale adopted by The Centralitiy Religiosity Scale (CRS) in order to measure the religious, the emotional intelligence which is adapted from Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS) to measure the emotional intelligence and consumptive behavior scale which is taken from aspects which is tild by Lina and Rasyid (1997) to measure the consumptive behavior.

The data analysis done is the double regression linier, the subject of this research is the students of Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang as many as 365 people. The result of this research shows that there is an influence of religious and emotional intelligence towards consumptive behavior in buying *Fashion* product for the students of Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. All together religious and emotional intelligence influence the consumptive behavior as high as 18.5%, seperatedly religious can influence the consumtibe behavior as high as 21,5% and emotional intelligence can influence consumtive behavior as high as 12.4%

## المستخلص

كوريفوان، فردي نندا. ٢٠١٨. تأثير التدين والذكاء العاطفي إلى السلوك الاستهلاكي في شراء منتجات الأزياء من طلاب معهد سونن أمبيل العالي جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرف: محمد بحر عميق، الماجستير

الدكتور رتنو مانجستوتي، الماجستير

**الكلمات الرئيسية:** الطلاب، التدين، الذكاء العاطفي، السلوك الاستهلاكي

السلوك الاستهلاكي هو السلوك الذي يهدف إلى شراء البضائع أو استخدام الخدمات إسرافاً ولم يكن منطقياً الذي يؤدي إلى التبذير والتركيز في متعة النفس بعد شرائها. أما العوامل من حدوث هذا السلوك هو التدين والذكاء العاطفي. يهدف هذا البحث لمعرفة تأثير التدين إلى السلوك الاستهلاكي، لمعرفة تأثير الذكاء العاطفي إلى السلوك الاستهلاكي ومعرفة تأثيرهما إلى السلوك الاستهلاكي في شراء منتجات الأزياء من طلاب معهد سونن أمبيل العالي جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. استخدم هذا البحث المدخل الكمي بمقياس ثلاثة مقاييس وهي مقياس التدين المقتبس من مركزي المقياس التدين لتقييس التدين، ومقياس الذكاء العاطفي المقتبس من مقياس الذكاء العاطفي لرونج ولو لتقييس الذكاء العاطفي ومقياس السلوك الاستهلاكي المأخوذ من النواحي التي عبرها لينا ورشيد (١٩٩٧) لتعبير السلوك الاستهلاكي. وطريقة تحليل البيانات هي تحليل تحليل الانحدار الخطي المتزوج. وموضوع البحث هو طلاب معهد سونن أمبيل العالي جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج بعدد ٣٦٥ طالبا. ونتائج البحث هي أن هناك التأثيرات من التدين والذكاء العاطفي إلى السلوك الاستهلاكي في شراء منتجات الأزياء من طلاب معهد سونن أمبيل العالي جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. وأثرا كلاهما مقترنا إلى السلوك الاستهلاكي بنسبة 18,5 في المائة. وأثرا فصلا من تأثير التدين إلى السلوك الاستهلاكي بنسبة 21,5 في المائة، وتأثير الذكاء العاطفي إلى السلوك الاستهلاكي بنسبة 12,4 في المائة.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Ma'had Sunan Ampel Al'Aly (MSAA) merupakan lembaga yang berada dalam lingkup kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Lembaga ini dihuni oleh para mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan model asrama yang bersistem pesantren maka lembaga ini mampu menjadikan pembeda dengan kampus lain. Mahasiswa baru yang ada di kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tidak hanya menjadi mahasiswa namun menjadi mahasantri. Bahwasanya lingkungan yang ada di lembaga tersebut didesain sebagaimana pondok pesantren pada umumnya. Di dalam lembaga atau ma'had tersebut terdapat musryif dan musryifah sebagai seseorang yang mengurus mahasantri di ma'had. Peran musryif dan musryifah ini sangat penting bahwasanya merekalah yang senantiasa mengawasi keseharian mahasantri. Bagaimana pengawasan yang akan diberikan oleh musryif dan musryifah akan menjadi tolok ukur mahasantri dalam mematuhi peraturan dalam mahad tersebut. Secara umum, musryif/ah, ustadz/ah dan tenaga akademik yang lain menjadi seseorang yang bertanggungjawab bagaimana kematangan beragama mahasantri selama di ma'had tersebut. Mahasiswa baru akan dibentuk menjadi seorang mahasiswa yang tidak hanya menguasai ilmu umum namun mampu menguasai ilmu agama juga. Hal ini selaras dengan apa yang menjadi cita-cita berdirinya Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Maulana

Malik Ibrahim Malang yakni mampu memberikan resonansi dalam mewujudkan Lembaga Pendidikan tinggi Islam yang ilmiah-religius, sekaligus sebagai bentuk penguatan terhadap pembentukan lulusan yang intelek-profesional. (msaa.uin-malang.ac.id)

Berdasarkan gambaran lingkungan yang ada di atas tentu kegiatan sehari-hari mahasiswa dikelilingi dengan nuansa islami yang mana akan menjadikan mahasiswa menjadi seseorang yang religius. Seperti diketahui lingkungan sekitar Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang merupakan area yang padat penduduk sehingga ada ruko-ruko yang menyediakan beraneka ragam barang dagangan mulai dari makanan, barang-barang elektronik, pakaian, kerudung, aksesoris pakaian, perlengkapan alat tulis kantor dan sebagainya. Disisi lain hal ini akan memudahkan mahasiswa untuk membeli barang yang diinginkan, namun disisi lain pula hal ini akan membuat mahasiswa menjadi berlebihan dalam membeli barang yang diinginkan. Perbedaan antara kebutuhan dan keinginan menjadi tipis sekali bahkan bisa disalah-artikan. Ditambah lagi dengan adanya kemudahan dengan membeli barang hanya tinggal sekali "klik" dalam media sosial. Kemudian maraknya toko-toko atau department store di mall yang memberikan diskon terhadap barang-barang seperti pakaian, sepatu, kerudung/hijab, dan yang lainnya. Dimana hal inilah yang secara langsung mampu menarik para remaja untuk membeli barang-barang tersebut. Tidak hanya toko-toko atau *department store* dalam dunia nyata yang memberikan potongan harga bahkan toko-toko *online* juga memberikan hal yang demikian

sehingga kemudahan-kemudahan ini yang membuat peluang seorang individu untuk menjadi berperilaku konsumtif sangat besar.

Hal ini selaras dengan apa yang diungkapkan Joko Widodo yang dilansir dalam Kompas.com (2018) menyatakan bahwa pola konsumsi masyarakat beralih menggunakan kemudahan *online*. Semua orang mampu membeli apa-apa dengan mudah, tinggal pesan dan mampu sampai di rumah tanpa harus menunggu lama. Sebagaimana diketahui menurut Santrock (2012) masa remaja terutama adalah masa peralihan dari masa anak-anak menuju ke dewasa tentunya terjadi perubahan sikap dan perilaku.

Perubahan-perubahan perilaku yang muncul sejajar dengan perubahan hormonal dalam diri. Salah satu aspek psikologisnya ialah remaja sangat memerhatikan penampilan fisik bahwasanya penampilan fisik ini sangat berperan dalam berhubungan sosial dengan orang lain. Dengan demikian mereka akan cenderung lebih tertarik untuk selalu memperbaiki penampilannya. Akibatnya mereka akan berperilaku konsumtif terhadap produk tertentu yang mana mampu menunjang penampilannya.

Sebagaimana diketahui mahasantri dan sekaligus mahasiswa yang kini berada di semester dua di kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan remaja akhir dan berusaha sebaik mungkin untuk beradaptasi dengan lingkungan serta cenderung berkelompok untuk mencari teman sebaya yang sesuai dengan mereka. Maka individu satu dengan yang lain akan berusaha saling melengkapi agar pertemanan mereka tetap terjaga. Oleh karena itu, dengan perkembangan era saat ini maka cara berpakaian mereka akan

mengikuti mode yang ada. Perilaku konsumtif yang dilakukan sangat erat kaitannya dari pengaruh lingkungan sosial remaja dalam berinteraksi dengan kelompoknya. Seseorang membutuhkan pengakuan dari orang lain seperti halnya kebutuhan untuk dihormati, kebutuhan untuk disegani, kebutuhan untuk dipatuhi. (Mulyadi, 2012).

Menurut Erikson (dalam Yusuf, 2006) remaja merupakan masa pencarian identitas diri dimana remaja berada dalam kontinum antara identity dan identity confusion. Remaja memiliki pilihan sendiri mengenai apa yang ingin mereka lakukan dengan uangnya. Remaja sebagai konsumen memiliki karakteristik mudah terpengaruh iklan, potongan harga, tidak berpikir hemat. Remaja sebagai konsumen menunjukkan jika meskipun mereka belum memiliki penghasilan sendiri secara tetap namun mereka memiliki pengeluaran yang justru lebih besar.



Gambar 4.1 Gambar Grafik Alokasi Pengeluaran Rumah Tangga

Secara umum, berdasarkan Survei Konsumen Bank Indonesia dalam Kajian Ekonomi Keuangan Regional Jawa Timur (2018) bahwasanya dalam triwulan tiga dan empat pada 2017 terlihat konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat tercatat 65.03% dan 66.06%. Berdasarkan berita yang dilansir oleh *Daily Social.id* (2014) pertumbuhan *E-commerce* di Indonesia kian menjamur

dan dibarengi dengan aktivitas transaksi *online* oleh masyarakat. Pada 2013 nilai pasar *e-commerce* Indonesia mencapai Rp94,5 triliun dan di tahun 2016 lalu meningkat mencapai Rp295 triliun. Menurut riset yang diprakarsai Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA), *Google* Indonesia dan *TNS (Taylor Nelson Sofres)*, produk *Fashion* tetap mendominasi pasar *online* sebagai produk yang paling sering dibeli. Tercatat pembelian produk *Fashion* dengan persentase 78%, telepon seluler sebanyak 46%, benda-benda elektronik sebesar 43%, buku dan majalah sebanyak 39%, dan bahan makanan sebesar 24%.

Tidak dipungkiri dalam era globalisasi saat ini dengan maraknya fasilitas-fasilitas modern yang mudah diakses membuat perilaku-perilaku yang sebelumnya tidak muncul kini mulai nampak ke permukaan. Kebutuhan mulai bersaing dengan keinginan seperti halnya perilaku konsumtif remaja pada saat ini. Kondisi remaja yang diyakini masih labil membuat perilaku konsumtif kerap menghampiri para remaja ini. Para remaja terkadang kurang memahami mana kebutuhan mana keinginan. Sebagaimana diketahui, perilaku konsumtif akan membuat remaja tidak mampu membuat prioritas dalam pengeluaran uang sehingga remaja akan cenderung boros. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil survei yang dilakukan oleh Perusahaan Konsultan Manajemen McKinsey dan Company Indonesia dalam jurnal123.com (2015) diketahui bahwa masyarakat Indonesia adalah konsumen paling optimis kedua di dunia. Kemudian menurut Wakil Direktur *FWD Life* Rudi Kamdani dalam riset lembaga independen *Provetic* pada 2015-2016 tentang perilaku belanja

konsumen menunjukkan generasi milenial cenderung memiliki perilaku enabung untuk hal-hal yang konsumtif (Metrotvnews.com).

Dalam penelitian yang dilakukan Regina, David dan Pali (2015) menjelaskan bahwa remaja cenderung memiliki perilaku konsumtif terutama pada produk *fashion* karena adanya faktor emosi ingin diterima oleh kelompok pergaulannya. Selain itu, perilaku konsumtif ini didukung dengan adanya *online shopping* melalui *gadget* atau *smartphone* yang dimiliki para remaja saat ini. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tersebut ditemukan jika sebanyak 63,8% remaja memiliki perilaku konsumtif yang tinggi terhadap produk *fashion*. Menurut Cardoso (dalam Foster, 2017) menyatakan bahwa pembelian produk *fashion* tidak hanya karena atribut produk semata tetapi terkait dengan nilai dan orientasi konsumen, sumber media informasi serta tempat terjadinya pembelian tersebut. Dengan demikian, secara tidak langsung pembelian produk *fashion* merupakan manifestasi dari faktor sosial, ekonomi dan kecenderungan konsumsi konsumen.

Istilah perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku individu yang bertujuan untuk mengonsumsi atau membeli barang secara berlebihan guna kesenangan pribadi. Pada dasarnya perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana sehingga mengakibatkan individu membelanjakan uang yang secara tidak rasional hanya untuk mendapatkan barang-barang yang menurut mereka dapat menjadi simbol keistimewaan (Setiaji, 1995)

Menurut William J. Stanton (dalam Dawi Maryam, 2016) bahwasanya terdapat dua faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif yakni kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Kekuatan sosial budaya meliputi faktor budaya, kelas sosial, kelompok anutan/*small reference group* dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis meliputi faktor pengalaman belajar, kepribadian, konsep diri, sikap dan keyakinan.

Dalam penelitian yang dilakukan Purwadi and Chatijah (2007) salah satu penyebab meningkatnya sikap konsumtif pada pelajar di usia remaja yang dapat diduga adalah merosotnya iman. Karena apabila seseorang mengalami kemerosotan iman, maka cenderung melakukan hal-hal yang dilarang oleh agama. Agama melarang bersikap berlebih-lebihan atau bersikap boros, artinya dilarang bersikap konsumtif. Remaja yang bersikap konsumtif dapat diduga tidak memahami ajaran agama dengan benar. Remaja saat ini kurang memiliki nilai-nilai dominan yang mempengaruhi pembentukan perilakunya. Pemahaman tentang dosa dan pahala, tentang baik dan buruk menjadi kabur.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khoir (2011) bahwasanya perilaku konsumtif dekat kaitannya dengan peran keagamaan. Dalam hal ini peran keimanan mampu menjadi unsur penting untuk memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia, yakni dalam bentuk perilaku, selera dan sikap-sikap terhadap manusia. Keimanan seseorang diyakini mampu memengaruhi sifat kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.

Sebagaimana dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan di salah satu pondok pesantren menyatakan bahwa penting untuk meningkatkan kegiatan-kegiatan positif seperti halnya ibadah dan belajar. Selain itu, dari hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan persentase sebesar 58,4 % yakni mengajarkan cara mengatur keuangan sebagai salah satu cara untuk mengurangi perilaku konsumtif di kalangan santri. Mengatur keuangan tersebut meliputi mengirimkan uang sesuai kebutuhan, mengajarkan cara menabung, mengurangi uang saku, mengajarkan cara berhemat, mengajarkan kesederhanaan dan bersedekah (Segoro, 2013).

Secara konsep Islam dapat dijelaskan berdasarkan Al-Qur'an Surah Al-Isra' ayat 26 (Mushaf Al Hanan, Tashih 2009) :

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا  
تُبْذِرْ بُذَيْرًا ۚ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ  
وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

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

Dalam ayat di atas dapat dijelaskan bahwasanya manusia dilarang untuk menghambur-hamburkan harta yang dimiliki secara berlebihan. Islam mengajarkan kesederhanaan sehingga manusia harus mampu membelanjakan

harta sesuai kebutuhan dan tidak boleh berlebihan. Ketika seseorang melakukan pemborosan maka sama saja dengan syaitan yang senantiasa melakukan pengabaian terhadap ketaatan dan kemaksiatan kepada Allah SWT.

Dilansir dari *KCOnline* (2016) bahwsanya perilaku konsumtif mampu memicu kenaikan harga di pasaran meskipun dirasa wajar karena menjelang Ramadhan. Kendati demikian, masyarakat diminta untuk tidak konsumtif karena jika masyarakat terlalu konsumtif maka akan dimanfaatkan oleh oknum-oknum tertentu sehingga perlu menggandeng ulama untuk memberikan pengetahuan dan mendidik masyarakat agar tidak konsumtif menjelang Ramadhan. Secara tidak langsung dampak yang ditimbulkan ketika seseorang berperilaku konsumtif adalah memicu kenaikan harga di pasaran sehingga akan terjadi lonjakan-lonjakan harga yang terlampau tinggi dan masyarakat lain akan merasa dirugikan. Upaya yang dilakukan ialah dengan mengedukasi masyarakat melalui para ulama-ulama agar mengurangi dan menahan perilaku konsumtif mereka.

Sebagaimana diketahui seseorang yang akan berperilaku konsumtif dengan membeli barang secara berlebihan namun jika ia memiliki pemahaman keagamaan yang tinggi maka ia akan berusaha untuk memikirkannya kembali. Tentu hal ini didukung oleh pernyataan Zohar and Marshall (2001) bahwasanya seseorang yang memiliki pemahaman keagamaan yang tinggi cenderung mampu menjadi seseorang yang bertanggungjawab dan berusaha untuk mampu memberikan inspirasi terhadap orang lain. Terlebih jika seseorang itu adalah mahasantri yang mana mereka adalah para remaja yang sebagian besar

mendapatkan uang dari orang tua mereka. Secara umum orang tua tidak ingin memiliki anak yang berperilaku boros ataupun konsumtif karena perilaku boros merupakan perilaku yang dipandang negatif.

Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Presilia, Matsum, and Rosyid (2013) menemukan bahwa kecerdasan emosional memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi sebesar 31,5% sehingga 68,5% yang memengaruhi perilaku konsumsi siswa karena adanya pengaruh internal dan eksternal misalnya faktor keluarga, kebudayaan, teman, kepribadian, lingkungan sekitar dan sikap. Dengan demikian perilaku konsumsi seseorang sesungguhnya mampu dikendalikan dengan adanya kecerdasan emosional yang dimiliki individu. Sebagaimana diketahui menurut Megawati (2010) kecerdasan emosional merupakan kecerdasan seseorang dalam mengatur dan mengontrol emosi yang ada pada dirinya yang bertujuan untuk mengontrol perilaku yang dimiliki..

Kemudian dalam penelitian yang dilakukan oleh Indarlia (2016) menyatakan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa sehingga dalam penelitian tersebut disarankan untuk meningkatkan kecerdasan emosional agar berperilaku konsumsi secara rasional. Hal ini didukung pula oleh penelitian dari Fiqriyah, Wahyono, and Inayati (2016), hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya kecerdasan emosional yang tinggi dan rasionalitas perilaku konsumsi yang tinggi sehingga kecerdasan emosi sangat berpengaruh dalam setiap pengambilan keputusan terutama keputusan dalam berkonsumsi.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang muncul di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh apakah *religiusitas* dan kecerdasan emosional mampu memengaruhi keputusan individu untuk melakukan pembelian barang atau produk khususnya *fashion* hingga tergolong perilaku konsumtif pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tingkat *religiusitas* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang?
2. Bagaimana tingkat kecerdasan emosional pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang?
3. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif terhadap mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang?
4. Apakah ada pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif terhadap mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang?
5. Apakah ada pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif terhadap mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang?
6. Apakah ada pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif terhadap mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang?

### C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat *religiusitas* pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang
2. Mengetahui tingkat kecerdasan emosional pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang
3. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang
4. Mengetahui pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif terhadap mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang.
5. Mengetahui pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif terhadap mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang.
6. Mengetahui pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif terhadap mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang.

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi terhadap keilmuan psikologi dan bagi perkembangan keilmuan psikologi pada khususnya serta keilmuan-keilmuan lain yang terkait.

#### 2. Manfaat praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah mampu memberikan wawasan baru akan pentingnya *religiusitas* dan kecerdasan emosional guna mengontrol

perilaku konsumtif. Bagi orang tua dan Lembaga Pendidikan untuk mampu meningkatkan *religiusitas* dan kecerdasan emosional untuk mencegah munculnya perilaku konsumtif kepada mahasiswa yang cenderung merugikan.



## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Perilaku Konsumtif**

##### **1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumen adalah suatu proses yang mencerminkan penekanan pada interaksi antara konsumen dan produsen pada saat pembelian. Pemasar mengakui bahwa perilaku konsumen adalah proses yang berkelanjutan, bukan hanya ketika konsumen menyerahkan uang, namun mampu menerima beberapa barang dan jasa. (Solomon, Bamossy, Askegaard, & Hogg, 2006)

Sementara itu menurut Mowen dan Minor (2002) perilaku konsumen merupakan studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide. Perilaku konsumtif biasa digunakan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku manusia dalam membeli ataupun menghabiskan suatu barang atau yang lainnya. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang atau jasa yang berlebihan, walaupun tidak dibutuhkan (Moningka, 2006).

Masyarakat saat ini dalam mengonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan sesungguhnya. Seseorang sering dan bahkan membeli barang secara berlebihan untuk mendapatkan kesenangan atau kebahagiaan. Gaya hidup seperti inilah yang saat ini

sedang melanda kalangan remaja zaman modern. Hal ini karena remaja zaman sekarang dihadapkan dengan berbagai banyak pilihan gaya hidup yang ditawarkan melalui media (Santrock, 2012).

Lebih lanjut, Sumartono (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Dalam artian, ketika belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merk lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut.

Menurut Lina dan Rasyid (dalam Suparti, 2016) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku pembelian yang didasarkan pada keinginan yang irrasional, misalnya ketika seseorang dalam keadaan stress maka mereka cenderung menghabiskan uang mereka tanpa pertimbangan yang rasional.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwasanya perilaku konsumtif adalah perilaku yang bertujuan untuk membeli suatu barang atau jasa secara berlebihan yang mana tidak rasional dan menimbulkan pemborosan serta menekankan pada kesenangan diri ketika berhasil membelinya.

## **2. Aspek Perilaku Konsumtif**

Menurut Lina dan Rasyid (1997) menyatakan terdapat tiga aspek dalam perilaku konsumtif, yakni :

- a. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*) adalah aspek pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu secara tiba-tiba.
- b. Pembelian tidak rasional (Non rasional buying) adalah aspek pembelian yang didasarkan bukan karena kebutuhan tetapi karena gengsi dan mampu mengikuti mode.
- c. Pembelian berlebihan (*Wasteful buying*) adalah aspek pembelian suatu produk atau barang secara berlebihan atau boros yang dilakukan oleh konsumen.

### 3. Indikator Perilaku Konsumtif

Adapun indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002), yakni :

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen remaja sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi an dihias dengan warna-warna yang menarik. Dalam artian motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi an menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi karena pada umumnya remaja memiliki ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan lain-lain dengan tujuan agar remaja

selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Remaja membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen remaja cenderung berperilaku yang menunjang kehidupannya untuk tampak mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Remaja memiliki kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli produk tertentu hal itu mampu memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Remaja cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Remaja juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkannya bila ia mengidolakan publik figure produk tersebut.
- g. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri. Remaja sangat terdorong untuk mencoba suatu produk

karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Dengan membeli produk yang mereka anggap dapat memercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis. Remaja akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk yang sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

#### **4. Faktor Perilaku Konsumtif**

Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014) menjelaskan beberapa faktor terkait perilaku konsumtif, yaitu

- a. Memenuhi Keinginan

Keinginan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan fisik akan tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan psikis. Dalam Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014) dijelaskan terdapat empat keinginan mental dasar yang dimiliki setiap orang, yaitu keinginan untuk diperlakukan sebagai manusia, keinginan untuk menguasai, keinginan untuk konsisten dan keinginan untuk memiliki martabat yang tinggi.

- b. Penggunaan produk

Berdasarkan Aiguier, dkk (dalam Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W, 2014) penggunaan produk adalah waktu dari barang yang digunakan sampai dapat digunakan lagi. Penggunaan produk tentunya perlu memerhatikan beberapa hal diantaranya durasi, frekuensi, dan jumlah

produk yang digunakan. Hal-hal yang demikian mampu memengaruhi seberapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan suatu barang tertentu. Dalam penggunaan suatu produk setiap individu memiliki perbedaan dalam periodenya. Beberapa orang mampu mengatakan jika produk tertentu masih memiliki produktivitas yang baik, sedangkan orang yang lain mengatakan bahwa produk tersebut sudah tidak mampu untuk digunakan.

c. Kekuatan Pembelian

Daya beli merupakan uang yang harus digunakan individu dalam membeli suatu produk atau barang tertentu. Secara tidak langsung, menjelaskan bahwa semakin banyak uang yang dimiliki maka semakin besar pula pembelian yang dilakukan. Namun, bukan berarti dengan demikian seseorang tersebut tidak akan melakukan pembelian lagi. Bahwasanya manusia memiliki hasrat yang tidak mampu terpuaskan begitu saja, pasti akan ada keinginan atau hasrat-hasrat lain yang muncul terutama dalam hal membeli suatu produk.

d. Status Sosial

Manusia adalah makhluk sosial sehingga akan saling membutuhkan antara satu dengan yang lain. Status adalah posisi legal seseorang. Seseorang dikatakan memiliki status ketika mereka berperan dalam masyarakat. Dalam masyarakat, status ini berdasarkan latar belakang hidup misalnya keluarga, agama, pendidikan, ekonomi.

#### e. Gaya Hidup Keluarga

Menurut Kotler (dalam Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W, 2014) bahwasanya gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang di dunia seperti yang diungkapkan dalam aktivitas, minat dan pendapat orang tersebut. Setiap individu memiliki gaya hidup yang berbeda meskipun dalam satu keluarga. Akan tetapi, faktor utama yang memengaruhi gaya hidup seseorang adalah keluarga. Pada umumnya gaya hidup individu banyak dipengaruhi oleh aspek seperti budaya, norma, lingkungan, teman, kepribadian dan juga keluarganya tersebut.

Menurut Lina dan Rasyid (1977) bahwa dalam memahami perilaku konsumtif perlu kiranya ditelusuri melalui pemahaman perilaku konsumen. Perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor. Adapun faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologis (Simamora, 2004). Berikut penjelasannya,

##### a. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan memiliki pengaruh yang luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam faktor kebudayaan ini adalah kultur, sub kultur dan kelas sosial.

##### a) Kultur

Kultur adalah faktor penentu dan paling pokok dalam menentukan perilaku seseorang. Pada umumnya semua makhluk dituntun oleh adanya naluri, akan tetapi terdapat perbedaan dalam kaitannya dengan manusia. Perilaku

manusia biasanya dipelajari oleh lingkungan sekitarnya sehingga terjadi perbedaan antara manusia satu dengan yang lain.

b) Subkultur

Setiap kultur memiliki subkultur yang lebih kecil, dengan kata lain kelompok dengan sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama. Seperti halnya dengan kelompok yang bertempat tinggal didaerah-daerah tentunya memiliki ciri khas yang unik dari kelompok-kelompok tersebut.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat dimana anggotanya mampu memiliki nilai, minat dan perilaku yang sama. Kelas sosial pada umumnya ditentukan oleh pendapatan, Pendidikan, kekayaan dan variabel lainnya.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial mampu memengaruhi perilaku konsumen seperti halnya adanya kelompok, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen.

a) Kelompok

Kelompok adalah kesatuan manusia yang hidup bersama karena adanya hubungan diantara mereka (Soekanto, 2006). Kelompok dibagi menjadi beberapa

bagian. Adapun kelompok keanggotaan yaitu kelompok yang berpengaruh langsung dan di mana seseorang menjadi anggotanya. Ada yang disebut kelompok primer seperti halnya keluarga, teman, dan sebagainya. Kemudian ada pula yang disebut kelompok sekunder yaitu seseorang yang berinteraksi secara formal tetapi tidak regular, misalnya organisasi. Adapun kelompok rujukan adalah kelompok perbandingan dalam pembentukan sikap seseorang. Secara tidak langsung perilaku seseorang dipengaruhi oleh kelompok-kelompok di atas.

b) Keluarga

Keluarga mampu memberikan pengaruh yang luar biasa terhadap perilaku seseorang. Dalam hal ini terdapat dua kategori keluarga yakni keluarga orientasi dan keluarga prokreasi. Keluarga orientasi adalah keluarga yang terdiri dari orang tua yang memberikan arah dalam hal tuntutan agama, politik, ekonomi dan harga diri. Kemudian keluarga prokreasi adalah keluarga yang terdiri dari suami-istri dan anak pengaruh pembelian itu akan sangat terasa.

c) Peran dan Status

Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh

masyarakat misalnya seorang direktur perusahaan yang memakai pakaian mahal dan mengendarai mobil mewah.

c. Faktor Pribadi

Dalam melakukan pembelian seseorang mampu dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia, tahap daur hidup, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

a) Usia dan Tahap Daur Hidup

Kebutuhan dan selera seseorang akan barang dan jasa akan berubah seiring bertambahnya usia. Pembelian dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga. Dapat dikatakan bahwa akan ada perubahan minat pembelian yang terjadi berhubungan dengan daur hidup seseorang.

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mampu memengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Barang dan jasa yang diminati tentu menyesuaikan dengan pekerjaan dari seseorang tersebut.

c) Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang sangat memengaruhi pilihan produk yang akan dibeli. Seberapa besar kemampuan ekonomi yang dimiliki seseorang akan memengaruhi daya beli yang akan dilakukannya.

d) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan. Hal tersebut akan terlihat dalam kegiatan, minat dan pendapatnya sehingga hal ini akan memengaruhi seberapa banyak seseorang akan mengeluarkan dan melakukan pembelian.

e) Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang memiliki kepribadian yang khas sehingga mampu memengaruhi perilakunya dalam melakukan pembelian. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis yang mampu menimbulkan respon terhadap lingkungannya. Didalam kepribadian tentu terdapat konsep maupun citra diri seseorang yang mana akan memengaruhi orang tersebut dalam membeli produk atau merk yang sesuai dengan ekspektasinya.

d. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian tentu dipengaruhi oleh faktor psikologis misalnya motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

a) Motivasi

Pada umumnya kebutuhan-kebutuhan yang ada tidak cukup mampu untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada saat tertentu. Kebutuhan-kebutuhan tersebut akan berubah menjadi motif apabila mencapai tingkat tertentu.

Karena sejatinya motif ini adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan dan harus mampu mendapatkan kepuasan.

b) Persepsi

Menurut Philip Kotler (dalam Simamora, 2004) persepsi adalah sebagai proses di mana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Seseorang yang termotivasi akan mampu siap bereaksi dan memberikan respon yang terbaik.

c) Proses Belajar

Proses belajar merupakan perubahan dalam perilaku seseorang berdasarkan pengalaman dan secara umum perilaku manusia adalah hasil belajar. Pembelajaran mampu dihasilkan melalui dorongan, rangsangan dan penguatan. Dengan demikian, terdapat hubungan antara permintaan produk dengan dorongan yang kuat, dengan menggunakan isyarat motivasi dan memberikan penguatan yang positif.

d) Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Sementara sikap adalah organisasi dari motivasi, persepsi, perasaan emosional dan proses kognitif terhadap sesuatu. Dapat dijelaskan juga bahwa sikap merupakan cara berpikir, merasa dan bertindak

berdasarkan aspek di lingkungan. Disamping itu, kepercayaan dapat berupa pengetahuan, pendapat maupun sekadar percaya. Secara tidak langsung kepercayaan inilah yang akan membentuk citra produk dan merk. Sedangkan sikap menuntun orang untuk berperilaku secara konsisten terhadap objek yang sama.

### **5. Perilaku Konsumtif Dalam Pandangan Islam**

Di era modern saat ini kebutuhan manusia harus segera dipenuhi dengan cepat terutama dalam hal konsumsi barang dan jasa. Sebagaimana diketahui motif dasar manusia adalah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut Maslow (dalam Sobur, 2003) terdapat lima kebutuhan manusia yang harus dipenuhi yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki, kebutuhan akan harga diri, dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Kebutuhan-kebutuhan ini harus dipenuhi sesuai dengan urutan yang paling rendah. Dengan kata lain, kebutuhan-kebutuhan ini harus dipenuhi secara berjenjang. Kebutuhan seseorang akan meningkat jika tingkatan kebutuhan yang lebih rendah sudah terpenuhi dan ketika manusia sudah mampu memenuhi kebutuhan primer maka manusia akan berusaha memenuhi kebutuhan sekunder maupun tersier (Amaliah, Julia, & Riani, 2015). Akan tetapi, dalam melakukan segala pemenuhan kebutuhan tersebut seseorang dilarang untuk melakukannya secara berlebihan dan cenderung kurang bermanfaat.

Dalam Islam telah dijelaskan pula jika manusia tidak boleh berlaku boros dan mampu melakukan kegiatan konsumsi secukupnya dan secaraimbang. Akan tetapi, dalam era yang serba cepat dan modern ini manusia diberikan kemudahan-kemudahan guna melakukan kegiatan konsumsi yang mengarah pada perilaku konsumtif dan cenderung berlebihan.

Perilaku boros ataupun melakukan konsumsi secara berlebihan ini bertentangan dengan Islam. Sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an Surat Al-Furqan : 67 (Mushaf Al Hanan, Tashih 2009) yang berbunyi :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya :

*“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.* (Q.S Al-Furqan : 67)

Dalam surat di atas sudah jelas bahwa manusia dilarang untuk menghambur-hamburkan hartanya dari apa yang diperlukan, tidak pula kikir terhadap keluarganya sendiri. Tetapi manusia itu harus mampu membelanjakan hartanya dengan melakukan kegiatan konsumsi yang selektif sehingga tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir akan tetapi ditengah-tengah keduanya. Sebagaimana diketahui diantara tanda-tanda hamba Tuhan Yang Maha Penyayang adalah mampu bersikap sederhana dalam melakukan konsumsi, baik untuk diri maupun keluarganya. Kemudian dalam surat Al-A'raf : 31 (Mushaf Al Hanan, Tashih 2009) yang berbunyi :

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

Artinya :

*“Hai anak Adam, pakailah pakaian kalian yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (Q.S Al-A’raf : 31)*

Dapat dijelaskan dalam surat di atas bahwa manusia diharapkan untuk mampu melakukan sesuatu dengan tidak berlebih-lebihan dan jangan melampaui batas yang rasional dari kesenangan tersebut. Allah tidak merestui orang-orang yang berlebihan. Adapun sikap tidak berlebihan yang dimaksud ialah manusia harus mampu memberikan yang terbaik kepada tubuhnya termasuk makanan. Namun, dalam praktiknya manusia mampu mengambil secukupnya saja. Sesungguhnya sesuatu yang berlebihan akan membuat manusia tersebut menjadi kurang baik untuk dirinya. Dalam surat Al-Isra : 26-27 (Mushaf Al Hanan, Tashih 2009) yang berbunyi :

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (26)  
 إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (27)

Artinya :

*“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan kepada orang yang dalam perjalanan dan janganlah kalian menghambur-hamburkan (harta) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar terhadap Tuhannya.” (Q.S Al-Isra’ : 26-27)*

Berdasarkan surat di atas, bahwasanya jelas kiranya jika Allah menyeru kepada semua umat manusia untuk lebih ringan dalam melakukan

infak, Allah melarang berlebihan dalam melakukannya, namun harus tengah-tengah. Lebih baik manusia itu memberikan bantuan kepada manusia lain yang membutuhkan daripada menghambur-hamburkan uang tersebut untuk kesenangan yang tidak jelas manfaatnya. Sesungguhnya manusia yang melakukan pemborosan atau perbuatan mubazir mirip dengan apa yang dilakukan setan dan itu hal yang tidak disukai oleh Allah SWT.

Berdasarkan surat-surat di atas maka dapat di tarik kesimpulan yaitu manusia di larang untuk melakukan konsumsi yang berlebihan misalnya membeli suatu barang, dalam hal mengkonsumsi makanan dan perilaku-perilaku yang kurang bermanfaat. Sejatinya Allah tidak menyukai orang-orang yang demikian karena itu akan membawa kerugian pada orang tersebut.

## **B. *Religiusitas***

### **1. *Pengertian Religiusitas***

Menurut Harun Nasution (dalam Arifin, 2008) agama diartikan berdasarkan asal kata yaitu *al-din*, religi (*relegere, religare*) dan agama. *Al-din* berarti undang-undang atau hukum. Dalam Bahasa Arab, kata ini mampu diartikan sebagai menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan dan kebiasaan. Adapun kata religi atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian, *religare* berarti mengikat. Kemudian, kata agama

terdiri dari a= tak; gam=pergi mengandung arti tak pergi, tetap ditempat atau diwarisi turun temurun.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia oleh Departemen Pendidikan Nasional (2008), agama adalah sistem yang mengatur tata keimanan (kepercayaan) dan peribadatan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dan manusia serta lingkungannya. Berdasarkan kata religi tersebut kemudian muncul istilah *religiusitas*.

Menurut Radcliffe-Brown (dalam Scharf, 2004) mendefinisikan agama adalah ekspresi suatu bentuk ketergantungan pada kekuatan diluar diri kita yakni kekuatan yang dapat dikatakan sebagai kekuatan spiritual atau moral. Sementara itu hal yang hampir senada diungkapkan oleh Durkheim yang mana mendefinisikan agama sebagai sistem yang menyatu mengenai berbagai kepercayaan dan peribadatan yang berkaitan dengan benda-benda sakral, kepercayaan-kepercayaan serta peribadatan-peribadatan yang mempersatukan semua orang kemudian menganutnya ke dalam suatu komunitas moral yang disebut gereja (Scharf, 2004).

Dalam pengertiannya, menurut Glock dan Stark (dalam Ancok & Suroso, 2011) agama adalah sistem, simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (*ultimate meaning*). Dapat pula dijelaskan agama adalah hubungan praktis yang

dirasakan dengan apa yang dipercayai sebagai makhluk atau wujud yang lebih tinggi daripada manusia (Thouless, 2000).

Sedangkan Zinnbauer (dalam Lopez, 2009), *Religiusitas* merupakan suatu pencarian individu atau kelompok pada hal yang sakral yang terbuka pada konteks kesakralan tradisional.

Secara definitif, menurut Harun Nasution (dalam Jalaluddin, 2012) religi adalah pengakuan terhadap adanya hubungan manusia dengan kekuatan gaib yang harus dipatuhi, pengakuan terhadap adanya kekuatan gaib yang menguasai manusia, mengikat diri pada suatu bentuk hidup yang mengandung pengakuan pada suatu sumber yang berada di luar diri manusia dan yang memengaruhi perbuatan manusia, kepercayaan pada suatu kekuatan ghaib yang menimbulkan cara hidup tertentu, suatu sistem tingkah laku yang berasal dari suatu kekuatan ghaib, pengakuan terhadap adanya kewajiban-kewajiban yang diyakini bersumber pada suatu kekuatan ghaib, pemujaan terhadap kekuatan ghaib yang timbul dari perasaan lemah dan perasaan takut terhadap kekuatan misterius yang terdapat dalam alam sekitar manusia, dan ajaran-ajaran yang diwahyukan Tuhan kepada manusia (Rasul).

Kemudian, Harun Nasution (dalam Jalaluddin, 2012) merumuskan empat unsur yang terdapat dalam agama, yaitu:

- a. Kekuatan gaib, yang diyakini berada di atas kekuatan manusia. Di dorong oleh kelemahan dan keterbatasannya, manusia merasa berhajat akan pertolongan dengan cara menjaga dan membina hubungan baik

dengan kekuatan gaib tersebut. Sebagai realisasinya adalah sikap patuh terhadap perintah dan larangan kekuatan gaib itu.

- b. Keyakinan terhadap kekuatan gaib sebagai penentu nasib baik dan nasib buruk manusia. Dengan demikian, manusia berusaha untuk menjaga hubungan baik ini agar kesejahteraan dan kebahagiaannya terpelihara.
- c. Respon yang bersifat emosional dari manusia. Respons ini dalam realisasinya terlihat dalam bentuk penyembahan karena didorong oleh perasaan takut (agama primitif) atau pemujaan yang didorong oleh perasaan cinta (monoteisme), serta bentuk cara hidup tertentu bagi penganutnya.
- d. Paham akan adanya yang kudus (sacred) dan suci. Sesuatu yang kudus dan suci ini adakalanya berupa kekuatan gaib, kitab yang berisi ajaran agama, maupun tempat-tempat tertentu.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *religiuitas* merupakan sistem yang berupa nilai, kepercayaan, peribadatan terhadap kekuatan yang lebih tinggi dari kekuatan manusia, di mana mampu mengatur hubungan antar manusia, manusia dengan lingkungan, hubungan manusia dengan kekuatan ghaib yang kemudian mampu menimbulkan cara hidup dan sistem tingkah laku tertentu untuk senantiasa menjalankan ajaran-ajaran agama atau ajaran-ajaran yang telah diwahyukan Tuhan kepada manusia (Rasul).

## 2. Aspek *Religiusitas*

Menurut Huber, S., & Huber, O. W. (2012) terdapat lima aspek dalam *religiusitas* berikut diantaranya :

### a. Intelektual

Dalam artian mengacu pada harapan sosial bahwa orang-orang religius memiliki pengetahuan tentang agama dan bahwa mereka dapat menjelaskan pandangan mereka tentang transendensi agama dan *religiusitas*. Dalam sistem *religiusitas* pribadi, dimensi ini merupakan tema yang diminati, keterampilan hermeneutis, gaya pikir, interpretasi dan sebagai badan pengetahuan. Indikator umum untuk dimensi intelektual adalah frekuensi berpikir tentang masalah agama. Hal ini menunjukkan seberapa sering *religiusitas* dalam diri selalu di update melalui pemikiran-pemikiran yang mengarah pada inti dimensi intelektual.

### b. Ideologi

Mengacu pada harapan sosial bahwa individu religius memiliki kepercayaan mengenai eksistensi, esensi realitas transenden, hubungan antara transendensi dan manusia. Secara pribadi dimensi ini merupakan sebuah keyakinan, pola yang masuk akal yang tidak diragukan lagi. indikator umum dari dimensi ini berfokus hanya pada realitas transenden yakni

bagaimana seseorang tersebut memiliki kepercayaan dasar akan keberadaan Tuhan.

c. Praktik publik/umum

Mengacu pada harapan sosial bahwa individu religius tergabung dalam komunitas religius yang dimanifestasikan dalam partisipasi masyarakat dalam ritual keagamaan dan kegiatan komunal. Secara pribadi, dimensi ini merupakan pola tindakan dan rasa memiliki dalam ranah sosial tertentu serta berupaya menghidupkan kembali tentang imajinasi transendensi. Intensitas umum dari dimensi ini dapat dilihat seberapa sering seseorang mengambil bagian dalam pelayanan keagamaan.

d. Praktik pribadi

Mengacu pada harapan sosial bahwa individu religius mengabdikan diri pada transendensi dalam aktivitas dan ritual individual di ruang pribadi. Dimensi ini diwakili sebagai pola tindakan dan gaya pengabdian pribadi terhadap transendensi. Bentuk dasar dari dimensi ini misalnya berdoa, meditasi, dan yang lainnya. Dengan berdoa dan meditasi seseorang berusaha melakukan hubungan dialogis spiritual.

e. Pengalaman religius

Mengacu pada harapan sosial yang dimiliki individu religius yakni semacam kontak langsung dengan realitas tertinggi yang memengaruhi mereka secara emosional. Dalam

sistem konstruksi pribadi, dimensi ini digambarkan sebagai pola persepsi religius dan sebagai tubuh pengalaman serta perasaan religius seseorang. Pengalaman religius ini menekankan pada posisi seseorang yang partisipatif.

*Religiusitas* mampu diwujudkan dalam dalam berbagai lini kehidupan manusia. *Religiusitas* tidak terbatas pada kegiatan peribadatan, namun pada kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan kekuatan yang berada di luar jangkauan manusia pada umumnya sehingga *religiusitas* orang akan meliputi berbagai macam sisi ataupun dimensi. Sebagaimana Glock & Stark (dalam Ancok & Suroso, 2011) mendefinisikan agama sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang mana semuanya terpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi.

Menurut Glock & Stark (dalam Robertson, 1995) terdapat lima macam dimensi *religiusitas*, yaitu dimensi keyakinan, praktek, pengalaman, pengetahuan, dan konsekuensi-konsekuensi.

a. Dimensi keyakinan.

Dimensi ini merupakan dimensi pengharapan-pengharapan dimana orang yang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tertentu. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan sehingga para penganutnya mampu untuk taat dalam melakukan peribadatan. Meski demikian, isi dan ruang

lingkup keyakinan itu bervariasi tidak hanya dalam agama-agama, namun sering juga di antara tradisi-tradisi dalam agama yang sama. Secara Islam dimensi ini sesuai dengan rukun iman yang berisikan kepercayaan-kepercayaan yaitu percaya akan keberadaan Allah SWT, percaya kepada malaikat, percaya terhadap rasul-rasul Allah, percaya pada kitab-kitabnya, percaya akan adanya hari kiamat dan percaya ada qada' dan qadar dari Allah SWT.

b. Dimensi praktik agama.

Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktik-praktik keagamaan ini terdiri dari dua bagian penting, yakni:

- a) Ritual, mengacu pada ritus, tindakan keagamaan formal dan praktik-praktik suci yang semua agama mengharapkan para penganutnya melaksanakan. Secara Islam bentuk-bentuk ritual yang dimaksud misalnya shalat, puasa, zakat, membaca dan mengamalkan Al-qur'an, berqurban bagi yang sudah merdeka, mampu melaksanakan ibadah haji serta yang lainnya.
- b) Ketaatan, ketaatan dan ritual ini seperti ikan dan air, walaupun ada perbedaan penting diantara keduanya. Apabila aspek ritual dari komitmen sangat formal dan has

publik, semua agama yang dikenal juga mempunyai perangkat tindakan persembahan dan kontemplasi personal yang relatif spontan, informal, dan khas pribadi. Ketaatan dalam menjalankan aktivitas keagamaan tampak pada sembahyang pribadi, membaca kitab suci dan aktivitas-aktivitas lainnya.

c. Dimensi pengalaman.

Dimensi ini merupakan fakta-fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu, meskipun dikatakan tidak tepat jika seseorang yang beragama dengan baik dalam suatu waktu akan menemukan pengetahuan subjektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir. Pada umumnya, dimensi ini berkaitan dengan pengalaman, perasaan, persepsi dan sensasi yang dialami seseorang yang melihat komunikasi dengan esensi ketuhanan yakni dengan Tuhan. Misalnya senantiasa bersyukur atas rezeki yang diberikan Allah SWT, khusyu' dalam melaksanakan shalat maupun ibadah yang lain, dan sebagainya. Terdapat kontras-kontras nyata dalam berbagai pengalaman tersebut yang dianggap layak oleh berbagai tradisi dan lembaga keagamaan, dan agama juga bervariasi dalam hal dekatnya jarak dengan prakteknya. Namun, setiap agama paling tidak minimal memiliki sejumlah

pengalaman subjektif keagamaan sebagai tanda keberagaman individual.

d. Dimensi pengetahuan agama.

Dimensi ini mengacu pada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci, dan tradisi-tradisi. Dimensi pengetahuan dan keyakinan jelas saling berkaitan satu sama lain. Bahwasanya pengetahuan mengenai suatu keyakinan adalah syarat bagi penerimaannya. Meskipun demikian, keyakinan tidak perlu diikuti oleh syarat pengetahuan, juga semua pengetahuan agama tidak selalu bersandar pada keyakinan. Lebih jauh, seseorang dapat berkeyakinan kuat tanpa benar-benar memahami agamanya, atau kepercayaan bisa kuat atas dasar pengetahuan yang sangat sedikit. Seperti halnya ketika seorang muslim yang mampu mendapatkan pengetahuan agama melalui membaca buku-buku agama, mengikuti pengajian, mendengarkan acara keagamaan di televisi maupun radio, dan sebagainya.

e. Dimensi konsekuensi.

Dimensi ini sebagai konsekuensi komitmen beragama berlainan dari keempat dimensi yang sudah dibicarakan di atas. Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang

dari hari ke hari. Istilah “kerja” dalam pengertian teologis diterapkan dalam hal ini, meskipun agama banyak menggariskan bagaimana pemeluknya seharusnya berpikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, tidak sepenuhnya jelas sebatas mana konsekuensi-konsekuensi agama merupakan bagian dari komitmen keagamaan atau semata-mata berasal dari agama. Dalam Islam hal ini tercermin dalam perilaku seseorang ketika orang tersebut mampu menjalankan semua kewajiban dan menjauhi semua larangan-Nya misalnya mampu memberikan bantuan kepada yang membutuhkan, jujur, adil, dan perilaku positif lainnya.

### **3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi *Religiusitas***

Menurut Thouless (2000) faktor-faktor yang mempengaruhi *religiusitas* ialah sebagai berikut :

#### **a. Faktor sosial dalam agama**

Faktor sosial dalam agama terdiri dari berbagai macam pengaruh terhadap keyakinan dan perilaku keagamaan. Mulai dari pendidikan diterima saat kanak-kanak, berbagai pendapat dan sikap orang-orang disekitar serta berbagai tradisi yang diterima di masa lalu. Tidak sedikit yang menganggap faktor ini kurang penting dalam memengaruhi sikap keagamaan. Bahwasanya sejak kecil manusia telah mendapat berbagai perilaku dari orang-orang sekitar yang kemudian memengaruhi

sikap dalam diri manusia khususnya sikap keagamaan. Ketika seseorang terisolasi dari lingkungan sekitar maka orang tersebut tidak akan mampu mengembangkan sikap-sikap keagamaannya. Secara tidak langsung faktor-faktor sosial ini mampu memengaruhi bagaimana keyakinan seseorang, pola ekspresi emosional hingga batas akhir mampu dibentuk lingkungan sekitar.

b. Faktor alamiah dalam agama

Faktor ini menjelaskan tentang berbagai pengalaman yang dialami individu untuk mengembangkan sikap keagamaan seperti halnya pengalaman mengenai dunia nyata, mengenai konflik moral, dan mengenai keadaan emosional tertentu. Pengalaman-pengalaman tersebut merupakan sumbangan terhadap sikap keagamaan, namun bukan berarti pengalaman-pengalaman tersebut adalah dukungan intelektual bagi keyakinan agama. Bahkan sebaliknya, bahwasanya pengalaman-pengalaman manusia di dunia ini dengan berbagai konflik moral mampu membawa manusia dalam kesadaran bahwa semua pengalaman yang ada di dunia ini merupakan ekspresi-ekspresi dunia spiritual sehingga mampu memiliki makna keagamaan.

c. Faktor emosional dalam agama

Faktor ini bisa juga disebut sebagai faktor afektif sehingga mampu membantu manusia dalam pembentukan sikap keagamaan. Setiap pemeluk agama memiliki pengalaman emosional dalam kadar tertentu yang berkaitan dengan agamanya. Seperti halnya seorang sufi yang memiliki pengalaman emosional yang sangat luar biasa dan berbeda dengan orang-orang pada umumnya. Secara tidak langsung, pengalaman-pengalaman ini cenderung mengakibatkan perkembangan keyakinan keagamaan, atau bisa juga pengalaman-pengalaman emosional tersebut memperkuat, memperkaya atau justru memodifikasi kepercayaan-kepercayaan keagamaan yang dianut sebelumnya.

d. Faktor intelektual dalam agama

Pada umumnya tidak ada orang yang berpendapat bahwa agama merupakan produk dari berbagai proses intelektual. Faktor sosial dan emosi yang tidak di verbalisasikan mampu diakui sebagai bagian-bagian dari landasan sikap keagamaan. Akan tetapi, kemampuan berpikir dalam bentuk kata-kata dan menggunakan kata-kata sebagai alat untuk membedakan yang benar dan salah adalah keberhasilan manusia yang diharapkan mampu mengembangkan sikap keagamaan seseorang.

Perkembangan jiwa keagamaan mampu ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor-faktor yang mampu mempengaruhi perkembangan jiwa keagamaan antara lain faktor hereditas, tingkat usia, kepribadian dan kondisi jiwa seseorang. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari faktor lingkungan keluarga, faktor lingkungan institusional, faktor lingkungan masyarakat (Jalaluddin, 2012).

a. Faktor Internal

a) Faktor Hereditas

Jiwa keagamaan seseorang bukan secara langsung sebagai faktor keturunan ataupun bawaan. Akan tetapi, terbentuk dari berbagai aspek seperti halnya kognitif, afektif, dan konatif. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Margareth Mead (dalam Jalaluddin, 2012) bahwa ditemukan dalam suku Mundugumor dan Arapesh jika terdapat hubungan antara cara menyusui dengan sikap bayi. Bayi yang disusukan dengan tergesa-gesa (Arapesh) cenderung menjadi sosok yang agresif, sedangkan bayi yang disusukan dengan wajar dan tenang (Mundugumor) mampu menampilkan sikap yang toleran dalam masa remajanya. Sebagaimana Rasulullah Saw menyatakan jika seorang muslim memakan daging yang tergolong haram, maka nerakalah tempatnya. Dengan demikian jelas kiranya bahwa

terdapat hubungan antara makanan (halal dan haram) dengan sikap. Kemudian Rasulullah Saw juga menganjurkan untuk memilih pasangan hidup yang baik sehingga mampu membina rumah tangga dengan harmonis. Menurut Rasulullah Saw hal tersebut akan mempengaruhi keturunan kelak di masa mendatang.

b) Faktor Tingkat Usia

Menurut Ernest Harms (dalam Jalaluddin, 2012) menyatakan bahwa perkembangan agama pada anak-anak ditentukan oleh tingkat usianya, namun perkembangan tersebut dipengaruhi juga oleh perkembangan berpikirnya. Semakin bertambahnya usia maka semakin kritis pula seseorang dalam memahami ajaran agama. Selanjutnya, tingkat perkembangan usia dan kondisi yang dialami para remaja ini menimbulkan konflik kejiwaan, yang mana mempengaruhi terjadinya konversi agama. Namun, pada kenyataannya hingga usia sekitar 40 tahunan masih memungkinkan untuk melakukan konversi agama contohnya Sidharta Gautama, Martin L. King, dan Al-Ghazali yang lebih tua lagi. Dengan demikian, terlepas dari ada tidaknya hubungan konversi agama dengan tingkat usia, akan tetapi faktor tingkat usia ini tidak dapat diabaikan begitu saja.

Bahwasanya dalam penelitian psikologi agama menunjukkan adanya hubungan tersebut, meskipun tingkat usia bukan merupakan satu-satunya faktor dalam perkembangan jiwa keagamaan seseorang. Kendati begitu, kenyataan ini dapat dilihat adanya perbedaan pemahaman agama dengan tingkat usia yang berbeda.

c) Faktor Kepribadian

Kepribadian menurut perspektif psikologi terdiri dari dua unsur hereditas (bawaan) dan pengaruh lingkungan. Dari dua hal tersebut muncul konsep tipologi yang lebih ditekankan pada unsur bawaan dan konsep karakter lebih ditekankan adanya pengaruh lingkungan. Unsur bawaan atau hereditas merupakan unsur yang bersifat tetap dan sebagai faktor intern yang memberi ciri khas pada seseorang, sementara yang mampu berubah adalah karakter. Meskipun menurut Erich Fromm (dalam Jalaluddin, 2012) karakter relatif bersifat permanen.

Kepribadian disebut juga sebagai identitas diri yang mana mampu menampilkan ciri-ciri pembeda dari individu lain dari luar dirinya. Berdasarkan perbedaan tersebut diperkirakan berpengaruh terhadap perkembangan aspek-aspek jiwa keagamaan. Disamping itu, adapun kondisi kepribadian yang menyimpang, yaitu

kepribadian ganda. Kondisi tersebut juga mampu memengaruhi perkembangan kepribadian seseorang khususnya aspek kejiwaan pula.

d) Faktor Kondisi Kejiwaan

Kondisi kejiwaan ini terkait dengan kepribadian sebagai faktor intern. Terdapat beberapa model pendekatan seperti model pendekatan psikodinamik dari Sigmund Freud yang menjelaskan tentang gangguan kejiwaan karena konflik ketidaksadaran manusia, model pendekatan biomedis menjelaskan fungsi tubuh yang dominan mempengaruhi kejiwaan seseorang, model pendekatan eksistensial yang menekankan dominasi pengalaman kekinian manusia. Oleh sebab itu, sikap manusia ditentukan oleh rangsangan lingkungan yang dihadapi saat itu.

Secara umum, banyak perilaku abnormal yang bersumber dari kondisi kejiwaan yang berhubungan dengan perkembangan jiwa keagamaan seseorang. Misalnya seseorang yang mengalami schizoprenia, ia akan lebih banyak berhalusinasi sehingga akan memengaruhi persepsinya tentang agama, kemudian seseorang yang phobia, ia cenderung tidak mampu berpikir secara rasional karena adanya perasaan takut dan

tentunya memengaruhi perkembangan jiwa keagamaan seseorang.

b. Faktor eksternal

a) Faktor lingkungan keluarga

Keluarga adalah satuan sosial yang paling sederhana dalam kehidupan manusia dan sebagai faktor paling dominan dalam meletakkan dasar bagi perkembangan jiwa keagamaan. Kehidupan keluarga menjadi fase sosialisasi awal bagi pembentukan jiwa keagamaan anak. Dalam pandangan Islam, pengaruh kedua orang tua terhadap perkembangan jiwa keagamaan seseorang adalah hal yang sangat penting. Di mana orang tua mendapat tanggungjawab penuh seperti halnya mengazankan ke telinga bayi yang baru lahir, mengakikah, memberi nama yang baik, mengajarkan membaca Al-Qur'an, membiasakan shalat serta bimbingan lainnya sejalan dengan perintah agama.

b) Faktor lingkungan institusional

Lingkungan ini biasanya merupakan lingkungan formal (sekolah) dan lingkungan yang non formal (perkumpulan/organisasi). Dalam meningkatkan perkembangan jiwa keagamaan seseorang harus pula diikuti dengan membentuk kepribadian yang luhur

seseorang. Unsur-unsur yang menopang pembentukan kepribadian tersebut misalnya ketekunan, disiplin, kejujuran, simpati, toleransi, keteladanan, sabar dan keadilan. Perlakuan dan pembiasaan sifat-sifat yang demikian umumnya menjadi program pendidikan dalam sekolah sehingga diharapkan mampu membentuk moral yang erat kaitannya dengan perkembangan jiwa keagamaan seseorang.

c) Faktor lingkungan masyarakat

Dalam kehidupan dalam masyarakat dibatasi oleh berbagai norma dan nilai-nilai tertentu yang harus dipatuhi. Oleh sebab itu, dalam bermasyarakat seseorang selalu berusaha menyesuaikan sikap dan perilakunya sesuai dengan norma dan nilai-nilai yang ada. Menurut Barnadib (dalam Jalaluddin, 2012) bahwa lingkungan masyarakat bukan merupakan lingkungan yang mengandung unsur tanggungjawab, melainkan hanya unsur pengaruh belaka. Akan tetapi, norma dan tata nilai yang ada terkadang lebih bersifat mengikat. Hal yang demikian terkadang memiliki pengaruh yang lebih besar dalam perkembangan jiwa keagamaan seseorang. Misalnya lingkungan yang memiliki tradisi keagamaan

yang kuat akan berpengaruh positif terhadap perkembangan jiwa keagamaan seseorang.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa banyak sekali faktor yang mampu memengaruhi kondisi dan perkembangan jiwa keagamaan seseorang baik faktor internal maupun eksternal, yang mana semua itu mampu membentuk maupun meningkatkan *Religiusitas* pada tiap-tiap individu.

#### **4. Fungsi *Religiusitas* Bagi Manusia**

##### **a. Fungsi Agama Bagi Individu**

Menurut Djamari (1993) terdapat dua macam fungsi agama bagi individu, yaitu fungsi makna dan fungsi identitas diri agama bagi individu sebagai anggota masyarakat.

##### **a) Fungsi makna (Meaning Function)**

Pada dasarnya agama bagi individu dalam masyarakat merupakan fungsi yang penting. Menurut Max Weber (dalam Djamari, 1993) memandang fungsi makna sebagai dasar bagi semua agama. Bahwasanya agama mampu menyajikan wawasan dunia sehingga adanya segala ketidakadilan, penderitaan, kematian dapat dipandang sebagai suatu yang penuh makna. Disamping itu, agama mampu memberikan identitas diri terhadap individu sehingga seseorang akan bersikap dan

berperilaku sebagaimana mestinya dalam koridor agama yang dianutnya. Sebagai contohnya ketika seorang muslim yang kemudian menolak untuk meminum-minuman beralkohol maupun makanan (daging babi). Fungsi maknawi ini bersifat primer, namun fungsi identitas atau keanggotaan (*belonging functions*) secara kronologis mendahuluinya.

b) Fungsi identitas diri

Dalam beberapa orang, agama memberikan pemuasan terhadap kebutuhan identitas yang lain. Dalam perkembangannya terdapat ritual yang menyebabkan seseorang berubah status dan perannya dalam masyarakat. Dalam artian ketika seseorang belum mengikuti sebuah ritual maka akan dianggap sebagai anak-anak, namun ketika sudah mengikuti ritual tertentu maka akan dianggap sudah dewasa sehingga memiliki peran dan status baru dalam masyarakat. Oleh karena itu, agama juga mampu mendukung proses pendewasaan individu. Selain itu, agama berfungsi sebagai pemberi status simbol dan sebagai tanda kehormatan. Dalam kebudayaan tertentu menganggap ketika seseorang mengikuti suatu agama tertentu maka status dan perannya juga akan meningkat. Di satu sisi hal ini akan

menimbulkan permasalahan baru bahwasanya seseorang yang menganut agama tersebut hanya untuk menaikkan statusnya dan tidak memiliki komitmen iman yang kuat.

Pada diri manusia sejatinya telah memiliki potensi-potensi untuk memberi arah dalam kehidupan manusia. Potensi tersebut ialah hidayat al-ghariziyat (naluriyah), hidayat al-Hissiyat (inderawi), hidayat al-aqliyyat (nalar), dan hidayat al-Diniyyat (agama). Ketika potensi-potensi ini dikembangkan sejalan dengan pengaruh lingkungan maka akan terjadi keselarasan. Begitupun sebaliknya, jika potensi ini dikembangkan dalam kondisi yang bertentangan dengan lingkungan maka akan terjadi ketidakseimbangan pada diri seseorang. Berdasarkan hal tersebut, maka agama mampu memberi kemantapan batin, rasa bahagia, rasa terlindung, rasa sukses dan puas. Dengan demikian, agama berpengaruh positif sebagai motivasi dalam mendorong individu untuk berkreasi, berbuat kebajikan maupun berkorban. Sedangkan nilai etik mendorong seseorang untuk berlaku jujur, menepati janji, menjaga amanat dan sebagainya. (Jalaluddin, 2012)

**b. Fungsi Agama Bagi Masyarakat**

Masyarakat adalah suatu sistem sosial, yang unsur-unsurnya saling memengaruhi satu dengan yang lain. Jika terdapat salah satu bagian yang mengalami perubahan maka

akan berdampak pada sistem secara keseluruhan. Berdasarkan terminology kebudayaan agama merupakan cultural universal artinya agama terdapat di setiap daerah kebudayaan di mana saja masyarakat dan kebudayaan itu bereksistensi. Sejak dahulu hal ini telah dilakukan oleh agama karena agama dengan tangguh mampu bereksistensi dengan memerankan sejumlah fungsi dalam masyarakat. Diantaranya adalah fungsi psikologis dan sosial, seperti halnya orang komunis yang ingin menghapus agama ternyata hanya mampu menghapus nama agama. Sejatinya agama yang menyangkut kepercayaan tidak mampu dipisahkan dengan masalah manusia, baik sebagai individu maupun kelompok sosial. Dengan kata lain, agama mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya, hubungan manusia dengan manusia lain dan hubungan manusia dengan lingkungan.

Pada dasarnya manusia kurang mampu menerima keadaan, dalam artian sering terjadi ketimpangan antara harapan dan realita yang ada. Dengan demikian, agama mampu memberikan peluang kepada manusia bahwa ada sumber kekuatan dan harapan yang lebih besar dari yang dimiliki oleh manusia sendiri. Menurut Malinowski (dalam Djamari, 1993) karena adanya kematian yang membingungkan dan sukar di

atasi manusia sehingga itulah yang menjadi sumber utama lahirnya kepercayaan agama.

Permasalahan agama tak akan mungkin dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat, bahwasanya agama juga dibutuhkan dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Jalaluddin (2012) fungsi agama dalam masyarakat adalah sebagai berikut:

a) Fungsi edukatif

Para penganut agama umumnya memercayai bahwa agama yang telah dianut harus dipatuhi sepenuhnya. Ajaran agama secara yuridis berfungsi menyeluruh dan melarang. Kedua unsur tersebut memiliki latar belakang mengarahkan bimbingan agar pribadi penganutnya menjadi baik dan terbiasa dengan yang baik sesuai dengan agama masing-masing.

b) Fungsi penyelamat

Pada hakikatnya manusia selalu menginginkan dirinya untuk selalu selamat. Keselamatan yang memiliki bidang paling luas adalah keselamatan yang diajarkan oleh agama. Dalam agama ini sendiri, keselamatan dibagi menjadi dua, yaitu keselamatan dunia dan akhirat. Dalam mencapai keselamatan tersebut manusia diharapkan untuk mendekatkan diri kepada Allah melalui aktivitas-aktivitas

keagamaan yang membuat manusia tersebut mampu berkomunikasi kepada Allah sehingga keimanan dalam dirinya menjadi lebih baik.

c) Fungsi pendamaian

Dengan berpegang teguh pada agama, seseorang yang menyadari perbuatannya salah kemudian segera meminta maaf dan ketika maaf itu diterima maka hati seseorang tersebut mampu menjadi damai. Dalam hal ini, rasa bersalah dan berdosa seseorang akan mampu memberikan kedamaian batin jika orang tersebut melakukan taubat, pensucian ataupun penebusan dosa. Dengan demikian melalui tuntunan agama seseorang akan mampu mencapai kedamaian batin.

d) Fungsi sebagai social control

Para penganut agama tentunya memiliki ikatan batin terhadap ajaran-ajaran agama yang dianutnya tersebut, baik secara pribadi maupun kelompok. Pada umumnya orang menganggap bahwa ajaran agama merupakan sebuah norma yang tidak boleh dilanggar. Berdasarkan hal tersebut agama mampu berfungsi sebagai pengawasan sosial secara individu maupun kelompok, dengan alasan:

1. Agama secara instansi adalah norma bagi pemeluknya.

2. Agama secara dogmatis (ajaran) memiliki fungsi kritis yang bersifat profetis (wahyu, kenabian)

e) Fungsi pemupuk rasa solidaritas

Secara psikologis, para pemeluk agama yang sama akan merasa memiliki kesamaan dalam satu kesatuan. Rasa yang tumbuh tersebut akan membina rasa solidaritas baik secara individu maupun kelompok. Secara tidak langsung hal itu yang membuat persahabatan tiap individu menjadi semakin kokoh dan bahkan mampu mengalahkan rasa kebangsaan.

f) Fungsi transformatif

Ajaran-agama mampu mengubah kepribadian seseorang maupun kelompok menjadi kehidupan baru sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya. Hal yang demikian, terkadang mampu mengubah kesetiaan pemahamannya terhadap adat atau norma yang dianutnya sebelum itu.

g) Fungsi kreatif

Ajaran agama mampu memotivasi pemeluknya untuk senantiasa bekerja keras dan produktif bukan hanya untuk kepentingan pribadi namun juga untuk kepentingan kelompok. Para pemeluk agama-agama tersebut bukan hanya dituntut untuk mampu bekerja keras akan tetapi juga harus

mampu menemukan inovasi-inovasi dan penemuan baru sehingga mampu sebagai sarana mengembangkan potensi-potensi dalam diri seseorang.

h) Fungsi sublimatif

Ajaran agama mengharuskan manusia untuk berusaha semaksimal mungkin baik yang bersifat ukhrawi maupun duniawi. Apapun usaha yang dilakukan manusia selama itu tidak bertentangan dengan norma-norma agama dan usaha itu dilakukan dengan niat yang ikhlas karena Allah maka usaha tersebut terhitung sebagai ibadah.

Berdasarkan penjelasan di atas maka *religiusitas* mempunyai fungsi dalam kehidupan manusia, yakni fungsi edukatif, fungsi penyelamat, fungsi pendamaian, fungsi pengawasan sosial, fungsi pemupuk rasa solidaritas, fungsi transformatif, fungsi kreatif dan fungsi sublimatif.

##### 5. *Religiusitas* dalam Perspektif Islam

Sesungguhnya Islam telah menyuruh umatnya untuk beragama khususnya beragama Islam secara menyeluruh sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Baqarah: 208 (Mushaf Al Hanan, Tashih 2009) yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya :

*“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.”*

Berdasarkan ayat di atas maka dapat dijelaskan jika Allah memerintahkan kepada kaum Muslimin untuk mencintai perdamaian sehingga Allah memerintahkan untuk masuk ke dalam agama Islam. Bahwasanya peperangan dan permusuhan merupakan jalan setan. Sebagaimana diketahui kehidupan yang damai antar sesama muslim dan dengan kelompok lain menjadi ajaran penting dalam Islam. Agama Islam dengan jelas berupaya untuk menghapus adanya hukum rimba, yaitu yang kuat menindas yang lemah. Pada intinya seseorang yang telah memeluk agama Islam seyogyanya dalam setiap tingkah laku, tindak tanduknya haruslah diniatkan dalam hati bahwa semua itu karena Allah SWT.

Menurut Ismail R. Al-Faruqi (dalam Ancok & Suroso, 2011) Esensi Islam adalah Tauhid atau pengesaan Tuhan, tindakan yang menegaskan Allah sebagai Yang Esa, Pencipta yang Mutlak dan Transenden, Penguasa segala yang Ada. Karena tidak ada satupun perintah dalam Islam yang bisa dilepaskan dari Tauhid. Seluruh agama itu sendiri, kewajiban untuk menyembah Tuhan, untuk mematuhi perintah-perintah-Nya dan menjauhi larangan-larangan-Nya, akan hancur ketika Tauhid dilanggar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Tauhid adalah intisari Islam dan suatu tindakan yang tidak dapat disebut sebagai bernilai Islam tanpa dilandasi oleh kepercayaan kepada Allah SWT. Disamping Tauhid di dalam Islam

terdapat pula Syariah dan akhlak. Menurut Anshari (1979) menyatakan bahwa pada dasarnya Islam dibagi menjadi tiga bagian yakni akidah, Syariah, dan akhlak. Di mana ketiga bagian ini mampu saling berhubungan satu sama lain. Akidah adalah sistem kepercayaan dan dasar bagi Syariah dan akhlak sehingga tidak ada syariah dan akidah Islam tanpa akidah Islam (Ancok & Suroso, 2011).

Secara umum, menurut Glock & Stark (dalam Robertson, 1995) bahwa kepercayaan keagamaan adalah jantungnya dimensi keyakinan. Ritual dan kegiatan keagamaan tidak akan mampu dipahami secara mendalam jika manusia tidak mampu terlibat secara aktif di dalamnya dan mempercayai bahwa ada kekuatan besar yang harus disembah.

Dijelaskan pula dalam surat Ar-rum ayat 30 (Mushaf Al Hanan, Tashih 2009), Allah berfirman:

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا ۚ فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا ۚ لَا تَبْدِيلَ  
لِخَلْقِ اللَّهِ ۚ ذَٰلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya:

*“Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama Allah, (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. Tidak ada perubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui”*

Dapat dijelaskan bahwa Allah memerintahkan kepada umat manusia khususnya Islam untuk cenderung pada jalan yang lurus yakni sesuai dengan ajaran-ajaran agama Allah agar tidak tersesat. Manusia di dunia ini hendaknya mampu beragama yakni beragama Islam dan mampu istiqamah, teguh dan memandang sangat penting. Kemudian manusia diperintahkan

untuk mengikuti fitrah Allah tersebut. Fitrah Allah dalam hal ini tidak hanya sebatas keyakinan tentang Tuhan atau tentang Tauhid. Akan tetapi, dapat diartikan sebagai akidah tauhid atau agama Islam itu sendiri sehingga manusia diharapkan mampu memelihara sikap istiqamah terhadap agama Islam.

Berdasarkan firman-firman Allah di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa sejatinya manusia itu harus mampu beragama dengan baik sesuai dengan agama-agama Allah dan mampu istiqamah untuk memelihara ajaran-ajaran agama tersebut.

## **C. Kecerdasan Emosional**

### **1. Pengertian Kecerdasan Emosional**

Menurut Salovey dan Mayer, kecerdasan emosional sebagai salah satu bentuk intelegensi yang melibatkan kemampuan untuk menangkap perasaan dan emosi diri sendiri dan orang lain, untuk membedakannya dan menggunakan informasi ini dalam menuntun pikiran dan tindakan seseorang, kecerdasan emosional bukanlah lawan kecerdasan intelektual, namun keduanya berinteraksi secara dinamis, baik pada tingkatan konseptual maupun dunia nyata (Shapiro, 2013).

Meyer (2007) kecerdasan emosional adalah kemampuan khusus untuk membaca perasaan terdalam orang-orang yang dihadapi, dengan maksud mengatasi relasi secara efektif dan strategis. Kecerdasan emosional juga merupakan kemampuan untuk menggunakan emosi secara efektif

untuk mencapai tujuan, untuk membangun produktif dan meraih keberhasilan (Agustian, 2001). Kemudian menurut Goleman (2004) kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk memotivasi diri sendiri dan bertahan terhadap frustrasi, mengendalikan dorongan hati, tidak melebih-lebihkan kesenangan, mengatur suasana hati dan menjaga agar beban stress tidak melumpuhkan kemampuan berpikir sehingga mampu berempati dan juga berdoa dengan baik.

Menurut Cooper dan Sawaf bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan merasakan, memahami, dan secara selektif menerapkan daya dan kepekaan emosi sebagai sumber energi dan pengaruh yang manusiawi (Masyitoh, 2015). Sedangkan Howes dan Herald (dalam Sriyono, 2017) menjelaskan bahwa kecerdasan emosional merupakan komponen yang membuat seseorang menjadi pandai menggunakan emosinya dan mampu memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang diri dan orang lain.

Dalam pengertian lain, kecerdasan emosional merupakan keadaan dimana seseorang mampu menyadari emosinya sendiri dan juga orang lain serta mampu menyesuaikan emosinya berdasarkan pengetahuan yang dimilikinya (Dulewicz & Higgs, 2000). Kemudian, menurut Freedman dan Jensen (dalam Otuedon, 2016) mendefinisikan kecerdasan emosional sebagai kemampuan individu untuk secara sadar dalam memahami perasaan, pikiran dan perilakunya untuk menjadi optimal baik hasil dari hubungan dengan diri sendiri maupun dengan orang lain.

Suharsono (2009) menjelaskan bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk melihat, mengamati, mengenali bahkan mempertanyakan tentang diri sendiri. Pada intinya pertanyaan-pertanyaan yang muncul bukan berkenaan dengan hal-hal yang fisik, tetapi berkenaan dengan fenomena kedirian individu.

Berdasarkan uraian-uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk merasakan dan memahami emosi diri seperti halnya memotivasi diri, mengendalikan dorongan hati (afektif), mengontrol stress dalam diri serta berguna untuk memahami kondisi orang lain. Disamping itu, kemampuan inilah yang diyakini sebagai jembatan untuk mencapai tujuan diri dan meraih keberhasilan.

## **2. Aspek Kecerdasan Emosional**

Adapun Salovey (dalam Goleman, 2004) memperluas kecerdasan emosional menjadi lima wilayah utama, yaitu:

### **a. Mengenali emosi diri**

Hal ini merupakan dasar dari kecerdasan emosional.

Di mana kemampuan untuk mengawasi perasaan dari waktu ke waktu merupakan hal penting bagi wawasan psikologi dan pemahaman diri. Ketidakmampuan menguasai perasaan diri sendiri akan membuat seseorang akan dikuasai oleh perasaan. Seseorang yang memiliki keyakinan yang lebih akan perasaannya adalah seseorang yang ahli bagi kehidupan

mereka. Bahwasanya memiliki kepekaan terhadap perasaan juga mampu mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan-keputusan khususnya dalam masalah pribadi.

b. Mengelola emosi

Seseorang yang mampu mengendalikan ataupun mengelola emosi adalah kecakapan yang bergantung pada kesadaran diri. Di mana perilaku-perilaku tersebut seperti halnya kemampuan untuk menghibur diri, mampu melepaskan kecemasan, kemurungan ataupun yang lainnya. Seseorang yang kurang mampu memiliki kemampuan dalam pengelolaan emosinya akan cenderung bertarung melawan perasaan negatifnya (murung, mudah terseinggung dan lain-lain) secara terus-menerus, sedangkan seseorang yang mampu mengelola emosinya dengan baik akan mudah bangkit kembali dan jauh lebih cepat dari kejatuhan atau kegagalan dalam kehidupannya.

c. Memotivasi diri sendiri

Menata emosi sebagai alat untuk mencapai tujuan adalah hal yang sangat penting dalam kaitan untuk memberi perhatian, memotivasi diri sendiri, dan menguasai diri sendiri serta untuk berkreasi. Seseorang yang mampu menahan diri terhadap kepuasan dan mengendalikan dorongan hati adalah landasan keberhasilan dalam berbagai

bidang. Kemudian seseorang yang pandai dalam menyesuaikan diri terhadap lingkungannya memungkinkan terjadinya kinerja yang baik dalam segala bidang. Orang-orang yang memiliki keterampilan ini jauh lebih produktif dan efektif dalam hal apapun yang mereka lakukan.

d. Mengenali emosi orang lain

Empati, kemampuan yang bergantung pada kesadaran diri emosional adalah salah satu keterampilan bergaul. Dengan mampu berempati seseorang akan mampu merasakan apa yang dirasakan orang lain secara emosional. Bahwasanya orang yang empatik jauh lebih mampu menangkap sinyal-sinyal sosial yang tersembunyi yang mengisyaratkan apa saja yang dibutuhkan atau dikehendaki orang lain.

e. Membina hubungan

Seni membina hubungan merupakan salah satu keterampilan mengelola emosi orang lain. Keterampilan ini merupakan keterampilan yang menunjang popularitas, kepemimpinan, dan keberhasilan antarpribadi. Seseorang yang mampu mengembangkan keterampilan ini dengan baik akan sukses dalam bidang yang mengandalkan pergaulan.

Pada umumnya seseorang memiliki perbedaan dalam wilayah-wilayah ini, beberapa orang dengan mudah mampu mengatasi kecemasan

diri, tetapi kesulitan meredam amarah orang lain. Sesungguhnya kekurangan-kekurangan dalam keterampilan emosional dapat diperbaiki hingga tingkat yang paling tinggi dengan menggunakan respon dan upaya yang tepat maka mampu dikembangkan dengan baik.

Kemudian menurut Daniel Goleman (dalam Otuedon, 2016) bahwa terdapat lima komponen dari kecerdasan emosional, yaitu:

a. Kesadaran diri

Kesadaran diri adalah fondasi utama dari komponen-komponen lain dari kecerdasan emosional. Menurut Goleman, kesadaran diri berfungsi sebagai dasar bagi psikologis dan emosional guna mengembangkan diri untuk meraih kesuksesan. Kesadaran diri disebut sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami kebutuhan, emosi, suasana hati, dorongan, kekuatan dan kelemahannya serta pengaruhnya terhadap orang lain. Goleman, menyatakan terdapat tiga kompetensi emosional yang membentuk kesadaran diri, yaitu:

- a) Kesadaran emosional adalah tentang bagaimana emosi seseorang mampu mempengaruhi kinerjanya dan kemampuan individu untuk membantu dalam pengambilan keputusan.

- b) Penilaian diri adalah bagaimana seseorang mampu memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang kemampuan, keterbatasan, dan sumber daya batinnya.
- c) Percaya diri adalah bagaimana seorang individu mampu memiliki ketegasan, keyakinan diri, membuat keputusan ditengah-tengah ketidakpastian dan tekanan serta memiliki penilaian diri yang benar.

b. Kesadaran sosial

Kesadaran sosial merupakan kemampuan individu yang secara akurat memahami emosi orang lain dan memahami apa yang sebenarnya terjadi dalam diri serta lingkungan sekitar. Dalam hal ini untuk memahami kesadaran sosial perlu pula memahami apa yang disebut empati. Empati adalah kemampuan untuk memahami susunan emosi orang lain dan merupakan fondasi di mana semua kompetensi sosial lainnya dibangun. Dapat pula diartikan, kemampuan individu untuk merasakan apa yang orang lain rasakan tanpa mereka katakana sehingga mampu memahami esensi dari empati itu sendiri. Terdapat lima kompetensi terkait kesadaran sosial, yaitu memahami orang lain, orientasi terhadap layanan, mengembangkan orang lain, pengaruh dalam keberagaman dan kesadaran politik.

- a) Memahami orang lain, ketika individu mampu memahami apa yang dirasakan orang lain maka ia lebih cenderung merasakan perspektif dan perasaan orang lain  
Orientasi terhadap layanan, individu dengan orientasi ini akan mampu memahami kebutuhan orang lain atau pelanggan dan berusaha meningkatkan kepuasan layanan.
- b) Mengembangkan orang lain, dalam hal ini individu akan berusaha menawarkan timbal balik yang berguna, mengakui dan menghargai pencapaian orang, mengidentifikasi kebutuhan orang untuk pengembangan, memberikan pelatihan yang tepat waktu dan juga memberikan bimbingan-bimbingan.
- c) Pengaruh dalam keberagaman, Individu yang memiliki rasa hormat terhadap keberagaman yang ada dan mampu berhubungan dengan orang-orang dari latar belakang yang berbeda-beda, peka terhadap perbedaan kelompok, memahami pendekatan berbasis konteks kehidupan dan melihat keberagaman sebagai peluang yang positif.
- d) Kesadaran politik adalah bagaimana individu mampu membaca hubungan-hubungan kekuasaan utama yang dimainkan dalam suatu lingkungan individu. Jika individu mampu memahami kompetensi ini maka ia

mampu memahami pula kekuatan yang terbentuk atas tindakan dan pandangan klien, pelanggan dan pesaing.

Kesadaran sosial adalah kecakapan yang menentukan bagaimana seseorang menangani suatu hubungan. Kecakapan-kecakapan ini meliputi :

- a) Memahami orang lain, mengindera perasaan-perasaan dan perspektif orang lain serta menunjukkan minat aktif terhadap kepentingan-kepentingan orang lain.
- b) Menghormati keberagaman, menumbuhkan kesempatan melalui keragaman sumberdaya manusia.
- c. Manajemen diri

Manajemen diri adalah kemampuan individu untuk mengelola atau mengarahkan impuls yang mengganggu dan suasana hati, serta perasaan yang menyedihkan. Terdapat lima kompetensi terkait manajemen diri yaitu pengendalian emosional diri, mendengarkan hati nurani, kepercayaan, kemampuan beradaptasi dan inovasi.

- a) Pengendalian emosional diri, di mana seseorang mampu secara efektif mengelola emosi dan perasaan impulsifnya tetap positif dan bahkan disusun pada saat-saat tekanan.
- b) Mendengarkan hati nurani, di mana individu cenderung untuk lebih berhati-hati, tepat waktu, disiplin diri dan teliti.

- c) Kepercayaan, individu yang berlaku secara etis dan menghadapi perilaku yang secara etis dan menghadapi perilaku yang tidak etis di pihak lain, mampu membangun kepercayaan dengan keaslian, mengakui kesalahan sendiri dan juga sangat berprinsip.
- d) Kemampuan beradaptasi, kemampuan individu untuk mampu memahami lingkungan sekitar dan kemampuan mengukur situasi secara teliti kemudian menggunakannya untuk memecahkan masalah.
- e) Inovasi, kompetensi yang memerlukan fleksibilitas dalam menanggapi perubahan dan terbuka untuk ide-ide baru.

d. Motivasi Diri

Motivasi diri adalah gairah bahwa seseorang harus bekerja dengan alasan yang melampaui uang dan status. Seseorang yang memiliki kompetensi ini memiliki gairah pertama untuk pekerjaan itu sendiri dan kemudian hal lain mengikutinya. Terdapat tiga kompetensi motivasi yang melambangkan kinerja luar biasa, termasuk pencapaian, komitmen, inisiatif, dan optimisme.

- a) Pencapaian, individu dengan kompetensi pencapaian adalah ia yang berorientasi pada hasil, menetapkan tujuan

yang menantang dan mengambil resiko yang diperhitungkan.

- b) Komitmen, dalam hal ini individu yang mampu berkorban demi keberlangsungan organisasi atau kelompoknya. Individu yang memiliki komitmen tinggi dalam organisasinya akan mampu bertahan meskipun mendapat tugas yang termasuk banyak misalnya bekerja lembur, bekerja pada akhir pekan dan lain-lain. Individu bekerja karena adanya rasa senang sehingga ia mampu lebih berkomitmen terhadap organisasinya.
- c) Inisiatif, individu yang memiliki inisiatif lebih siap mencapai tujuan sampai akhir, mampu merebut peluang, mengatur waktu dengan baik dan mempengaruhi serta memobilisasi orang lain untuk melakukannya. Individu yang kurang berinisiatif cenderung mengalami keputusasaan.
- d) Optimisme, hal ini bergantung pada bagaimana individu menafsirkan kegagalan yang mereka alami. Individu yang memiliki optimisme lebih cenderung melihat kegagalan sebagai kesempatan untuk memfokuskan kembali strategi. Dengan demikian, kegagalan tidak akan terjadi kembali dan mampu meraih apa yang di cita-citakan.

#### e. Membina Hubungan

Membina hubungan adalah kemampuan individu untuk menggunakan kesadaran emosinya dan orang-orang lain untuk mengelola interaksi secara efektif. Seseorang yang mampu membina hubungan dengan baik dapat melihat manfaat dari relasi dengan orang-orang dari berbagai latar belakang. Seseorang yang mudah marah lebih mungkin mengalami kesulitan dalam membangun hubungan baik dengan rekan kerja dan memunculkan kepercayaan mereka. Terdapat delapan kompetensi yang terkait dengan membina hubungan, yakni wibawa, komunikasi, manajemen konflik, kepemimpinan, inspirasional, memimpin perubahan, kerja tim, kolaborasi, membangun ikatan, dan kerja sama.

Seseorang yang mampu memiliki wibawa yang baik akan mampu menangani emosi secara efektif pada orang lain, sedangkan individu yang memiliki komunikasi yang baik, ia akan mampu mendengarkan, menyambut berbagai informasi dan mencari pengertian bersama dengan relevan. Dalam hal lain, individu yang mampu dalam manajemen konflik akan mampu menangani orang yang sulit dengan bijaksana, di sisi lain para pemimpin inspirasional memiliki kemampuan untuk memengaruhi orang lain untuk mengikuti tindakan-tindakan yang positif dan dibenarkan. Sementara itu, dalam

memimpin perubahan lebih mungkin untuk mengenali kebutuhan akan perubahan dan mampu menghadapi rintangan. Individu dengan kemampuan ini mampu menantang keadaan yang cenderung stagnan dan umumnya disebut sebagai agen perubahan.

Individu yang memiliki kompetensi kerja, kolaborasi dan mudah membangun ikatan dalam kerja tim akan mampu bekerja efektif, berinteraksi dengan rekan lain dengan baik, menjaga pertemanan, mampu saling menguntungkan dan juga mampu memelihara jaringan informal. Kolaborasi dan kerja sama demi mencapai tujuan bersama adalah hal yang benar-benar disepakati oleh semua orang.

### **3. Faktor yang Mempengaruhi Kecerdasan Emosional**

Menurut Goleman (2004) bahwasanya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kecerdasan emosional seseorang, yakni sebagai berikut:

#### **a. Faktor Internal**

Faktor internal merupakan faktor yang timbul dalam diri individu yang dipengaruhi oleh struktur dan kondisi otak emosional seseorang. Bahwasanya hal tersebut biasanya dipengaruhi oleh kondisi amigdala, neokorteks, sistem limbik, lobus prefrontal dan hal-hal lain.

#### **b. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar individu tersebut, di mana mampu mempengaruhi individu untuk merubah sikap maupun perilakunya. Pengaruh dari luar ini mampu saling mempengaruhi antara individu maupun kelompok, dalam artian baik individu yang mampu mempengaruhi kelompok maupun kelompok yang mampu mempengaruhi individu.

#### 4. Kecerdasan Emosional dalam Perspektif Islam

Berdasarkan perspektif Islam, kecerdasan emosional yang dijelaskan dalam Al-Qur'an adalah ketika seseorang mampu mengelola emosi, mampu menahan hawa nafsu dan mampu menyadari perbuatannya sendiri. Sebagaimana dalam firman Allah dalam surat Ash-Shaaffat: 102 (Mushaf Al Hanan, Tashih 2009) yang berbunyi :

فَلَمَّا بَلَغَ مَعَهُ السَّعْيَ قَالَ يَا بُنَيَّ إِنِّي أَرَى فِي الْمَنَامِ أَنِّي أَذْبَحُكَ فَانظُرْ مَاذَا تَرَى ۗ قَالَ يَا أَبَتِ افْعَلْ مَا تُؤْمَرُ ۖ سَتَجِدُنِي إِن شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّابِرِينَ

Artinya :

*“Maka tatkala anak itu sampai (pada umur sanggup) berusaha bersama-sama Ibrahim, Ibrahim berkata: “Hai anakku sesungguhnya aku melihat dalam mimpi bahwa aku menyembelihmu. Maka pikirkanlah apa pendapatmu!” Ia menjawab: “Hai bapakku, kerjakanlah apa yang diperintahkan kepadamu, Insya Allah kamu akan mendapatiku termasuk orang-orang yang sabar”.*

Dalam ayat di atas jelas kiranya bagaimana Nabi Ismail dan Nabi Ismail mampu mengelola emosinya dengan baik. Nabi Ismail dan Nabi Ibrahim mampu sabar dalam menghadapi cobaan yang diberikan Allah

tersebut. Disisi lain Nabi Ismail mampu bersabar dan tidak marah atau membenci Nabi Ibrahim (ayahnya) karena akan menyembelih dirinya. Bahkan, Nabi Ismail tampak terlihat ridho dan yakin akan tentang berita yang disampaikan Nabi Ibrahim (ayahnya) tersebut. Tidak ada keraguan bagi Nabi Ismail akan perintah menyembelih itu. Kemudian Nabi Ibrahim dengan sikapnya yang patuh akan perintah Allah mampu melakukannya tanpa adanya penolakan sedikitpun dan mampu mengendalikan emosi-emosi negatif dalam dirinya. Sebagaimana diketahui bahwa Islam mengajarkan kepada umatnya untuk senantiasa mampu mengendalikan emosi dalam dirinya seperti halnya untuk selalu bersabar menghadapi permasalahan yang ada. Dengan bersabar seseorang akan menjadi ikhlas terhadap permasalahan yang dialaminya.

Dalam HR. Hakim dan Ibnu Hibban yang berbunyi “Ada tiga hal yang apabila dilakukan akan dilindungi Allah dalam pemeliharaan-Nyam ditaburi rahmat-Nya dan dimasukkan ke dalam surga-Nya, yaitu apabila diberi ia berterima kasih, apabila berkuasa ia suka memaafkan dan apabila marah ia menahan diri (mampu menguasai diri).”

Hadits yang dikutip di atas adalah hadits yang menjelaskan tentang kecerdasan emosional. Di mana kemampuan yang baik dalam melakukan interaksi dengan orang lain dan juga proporsional serta mampu mengendalikan hawa nafsu yang liar. Bahwasanya seseorang yang mampu mengendalikan diri dan melakukan interaksi dengan orang lain secara baik

adalah karena orang tersebut mampu memiliki kecerdasan emosional yang juga baik sehingga mampu memahami diri sendiri dan orang lain.

Imam Al-Ghazali (dalam Suharsono, 2009) mengelompokkan jenis-jenis manusia, yaitu:

- a. Orang yang tidak menyadari bahwa dirinya tidak tahu. Dalam hal ini adalah orang-orang yang tidak tahu menahu permasalahan misalnya ekonomi, politik, pengajaran agama serta fenomena yang berkembang saat itu. Biasanya orang yang demikian akan senantiasa menyombongkan diri dan cenderung egois bahkan keras kepala. Dalam istilah Arab, orang-orang yang demikian disebut *jahil murokab* (kebodohan yang bertumpuk-tumpuk).
- b. Orang yang tidak menyadari bahwa dirinya tahu. Orang-orang dalam golongan ini ialah orang yang tidak menyadari bahwa dirinya mengetahui sejumlah hal, seperti ekonomi, politik, dan bahkan ia mampu menghasilkan karya, akan tetapi mereka tidak tahu cara mengkomunikasikan dan memanfaatkan prestasi-prestasi yang dimilikinya tersebut. Orang-orang yang masuk dalam kelompok ini biasanya memiliki IQ tinggi, akan tetapi lemah dalam menyadari akan diri sendiri dan orang lain. Dengan kata lain, ia kurang dalam mengasah kecerdasan emosionalnya.

- c. Orang yang menyadari bahwa dirinya tidak tahu. Orang-orang dalam kelompok ini adalah orang-orang yang mampu memahami akan potensi yang ada dalam dirinya sendiri. Ketika ia mulai menyadari bahwa ia tidak tahu misalnya permasalahan maupun pengetahuan yang ada. Orang-orang yang demikian ketika memiliki semangat yang tinggi baik dalam belajar maupun berlatih maka bukan tidak mungkin akan menjadi orang-orang yang sangat hebat dan terampil dalam bidangnya.
- d. Orang yang menyadari bahwa dirinya tahu. Dalam kategori ini, orang-orang yang sudah memahami seperti halnya permasalahan-permasalahan secara umum maupun potensi dalam dirinya serta pandai berinteraksi dengan orang lain. Orang-orang dalam kelompok ini akan lebih baik jika ia mampu diarahkan terkait bakat dan minat dalam dirinya sehingga mampu memunculkan prestasi maupun karya-karya yang menarik. Ketika seseorang tersebut merasa sombong akan potensinya ini maka kehancuranlah yang akan didapatkan, namun jika ia memiliki semangat untuk mengembangkan kemampuannya maka keberhasilan dan kesuksesanlah yang akan ia dapati.

Dalam hadits lain yang diriwayatkan oleh Bukhori dan Muslim yakni “Sebaik-baik kalian adalah yang paling mulia akhlakunya”. Kemudian adapun surat Al-Ahzab: 21 (Mushaf Al Hanan, Tashih 2009) yang berbunyi:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ  
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya:

“*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.*”

Dalam ayat di atas dapat dijabarkan, bahwasanya dianjurkan kepada semua umat muslim untuk meniru Rasulullah SAW baik dalam semua ucapan dan perbuatannya. Dengan demikian, Allah SWT memerintahkan kepada kaum muslim agar meniru sikap Rasulullah SAW dalam perang ahzab, yaitu misalnya hal kesabaran, keteguhan hati, kesiagaan dan perjuangannya serta tetap menanti jalan keluar dari Allah SWT.

Adapun surat Al-A'raf: 199 (Mushaf Al Hanan, Tashih 2009) yang berbunyi:

خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ

Artinya:

“*Jadilah engkau pemaaf dan suruhlah orang yang mengerjakan yang ma'ruf, serta berpalinglah dari pada orang-orang yang bodoh.*”

Berdasarkan ayat di atas, dapat ditafsirkan bahwa Allah memerintahkan agar memiliki sifat pemaaf, berlapang dada, tanpa mengeluh dalam menghadapi orang yang berbuat aniaya kepadamu.

Kemudian menyeru kepada orang untuk berbuat kebaikan dan menjauhlah dari orang-orang bodoh serta jadilah manusia yang bersikap lemah lembut agar menjadi orang yang mulia.

Dalam ayat-ayat di atas dapat dijelaskan bagaimana akhlak karimah yang ada dalam diri Rasulullah SAW harus ditiru oleh semua umat muslim sehingga mempermudah untuk mendapat rahmat Allah SWT. Selanjutnya, dalam surat Al-a'raf: 199 bahwasanya mampu menjadi seorang pemaaf dan mampu mengerjakan pekerjaan yang positif agar menjadi manusia yang bermanfaat adalah hal yang disenangi Allah SWT. Berdasarkan ayat-ayat di atas, kecerdasan emosional benar-benar diungkap dalam konteks Islam khususnya dalam Al-Qur'an. Ketika menjadi seorang pemaaf tentunya individu telah memahami kondisi diri, ia mampu memiliki kesadaran diri untuk menjadi seorang pemaaf. Sebagaimana menurut Goleman (dalam Otuedon, 2016) memiliki dan memahami kesadaran diri adalah salah satu komponen dalam kecerdasan emosional.

Berdasarkan hadits dan dua penggalan ayat dari surat Al-Ahzab dan Al-A'raf di atas, dapat dijelaskan bahwasanya kecerdasan emosional itu mampu diimplementasikan dalam Islam yang mana dinamakan dengan akhlak al-karimah yang sebenarnya telah diajarkan oleh Rasulullah SAW jauh sebelum konsep kecerdasan emosional diperkenalkan sebagai sesuatu yang lebih penting dari kecerdasan intelegensi secara umum (IQ) (Murni, 2016). Secara umum, kecerdasan emosional ini mampu berperan aktif dalam mengendalikan diri seseorang maupun orang lain sehingga tercipta

keharmonisan dalam berkehidupan. Kecerdasan emosional juga berkaitan erat dengan kehidupan beragama, sebagaimana dalam surat Al-Ahzab:21 ketika Rasulullah SAW dijadikan sebagai panutan suri tauladan yang baik maka hal tersebut juga akan berdampak positif terhadap kecerdasan emosional seseorang.

#### D. Hipotesis Penelitian

##### 1. Mayor

- a. Tidak ada pengaruh antara *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- b. Ada pengaruh antara *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

##### 2. Minor

- a. Tidak ada pengaruh antara *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.  
Ada pengaruh antara *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

- b. Tidak ada pengaruh antara kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Ada pengaruh antara kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.



## BAB III

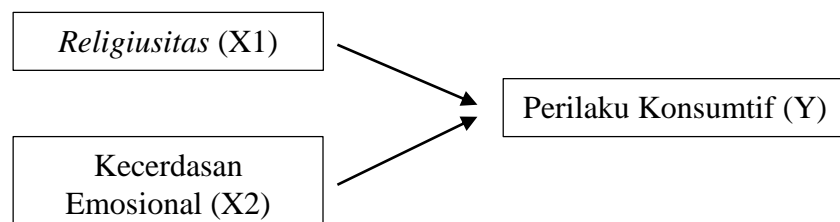
### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Identifikasi Variabel Penelitian

Hatch dan Farhady (dalam Sugiyono, 2010) menyatakan variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan orang lain atau satu obyek dengan obyek lain. Ada dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yakni variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini adalah *Religiuisitas* (X1) dan Kecerdasan Emosional (X2). Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif (Y).

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel bebas: *Religiuisitas* (X1) dan Kecerdasan Emosional (X2)
- b. Variabel terikat: Perilaku Konsumtif (Y)



## B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik- karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2015). Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

- a. Perilaku konsumtif adalah perilaku yang bertujuan untuk membeli suatu barang atau jasa secara berlebihan yang mana tidak rasional dan menimbulkan pemborosan serta menekankan pada kesenangan diri ketika berhasil membelinya.
- b. *Religiusitas* adalah sistem yang berupa nilai, kepercayaan, peribadatan terhadap kekuatan yang lebih tinggi dari kekuatan manusia, di mana mampu mengatur hubungan antar manusia, manusia dengan lingkungan, hubungan manusia dengan kekuatan ghaib yang kemudian mampu menimbulkan cara hidup dan sistem tingkah laku tertentu untuk senantiasa menjalankan ajaran-ajaran agama atau ajaran-ajaran yang telah diwahyukan Tuhan kepada manusia (Rasul).
- c. Kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk merasakan dan memahami emosi diri seperti halnya memotivasi diri, mengendalikan dorongan hati (afektif), mengontrol stress dalam diri serta berguna untuk memahami kondisi orang lain. Disamping itu, kemampuan inilah yang diyakini sebagai jembatan untuk mencapai tujuan diri dan meraih keberhasilan.

### C. Subjek Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian atau dapat dikatakan populasi merupakan kumpulan dari individu yang kualitas dan ciri-cirinya telah ditetapkan terlebih dahulu (Arikunto, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2017/2018.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Menurut Arikunto (2006) apabila subyek kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Akan tetapi, jika jumlah subyek besar maka dapat diambil antara 10 – 15% atau 20 – 25% atau lebih. Dalam hal ini subjek penelitian adalah mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly Malang yang berjumlah 365 mahasiswa. Sampel subjek penelitian ini sebanyak 365 mahasiswa dengan teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2016).

### D. Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan skala. Skala yang digunakan peneliti berjumlah tiga, dengan rincian masing-masing skala mengukur satu variabel. Berikut rincian skala yang digunakan pada penelitian ini.

## 1. Blueprint

### a. *Centrality Religiosity Scale (CRS)*

*Centrality Religiosity Scale (CRS)* digunakan untuk mengukur variabel *Religiusitas*. *Religiusitas* diukur menggunakan skala yang diadaptasi dari *Centrality Religiosity Scale (CRS)* (Stefan Huber & O.W. Huber, 2012). Skala ini dipilih karena telah diterapkan di lebih dari seratus studi tentang agama di dua puluh lima negara dengan total lebih dari 100.000 peserta dan juga skala *CRS* merupakan skala universal yang bisa digunakan untuk agama-agama seperti Yudaisme, Kristen, Islam. Model pemberian skor pada skala *Centrality Religiosity Scale (CRS)* adalah jenis skala likert. *Blueprint Centrality Religiosity Scale (CRS)* dijelaskan pada tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 *Blueprint Centrality Religiosity Scale (CRS)*

Aspek	Nomor Item	Jumlah
Intelektual	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,	8
Ideologi	9, 10, 11, 12, 13, 14	6
Praktik umum	15, 16, 17, 18, 19, 20	6
Praktik pribadi	21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28	8
Pengalaman religius	29, 30, 31, 32, 33, 34, 35	7
<b>Total</b>		<b>35</b>

Berdasarkan tabel 3.1 Skala *Centrality Religiosity Scale (CRS)* terdiri dari lima aspek yaitu intelektual, ideologi, praktik

umum, praktik pribadi, dan pengalaman religious. Berdasarkan aspek-aspek tersebut *Centrality Religiosity Scale (CRS)* terdiri dari 35 aitem.

b. *Wong and Law Emotion Intelligence Scale (WLEIS)*

*Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)* digunakan untuk mengukur kecerdasan emosional. Dalam penelitian ini tingkat kecerdasan emosional diukur menggunakan skala yang diadaptasi dari *Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)* yang disusun oleh Nele Libbrecht, Alain De Beuckelaer, Filip Lievens dan Thomas Rockstuhl (2012). *Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)* merupakan salah satu instrumen yang paling populer karena instrumen ini revisi dari Mayer dan Salovey (Libbrecht., dkk, 2012). Model pemberian skor pada *Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)* adalah jenis skala likert. *Blueprint* dari *Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)* dijelaskan pada tabel 3.2 berikut,

Tabel 3.2 *Blueprint* dari *Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)*

<b>Aspek</b>	<b>No item</b>	<b>Jumlah</b>
Penilaian emosi diri	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	9
Penilaian emosi orang lain	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	9
Penggunaan emosi	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28	10
Pengaturan emosi	29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36	8
<b>Total</b>		<b>36</b>

Berdasarkan *Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)* di atas terdiri dari empat aspek, yaitu penilaian emosi diri, penilaian emosi orang lain, penggunaan emosi, dan pengaturan emosi yang berjumlah 36 aitem.

c. Skala Perilaku Konsumtif

Dalam penyusunan skala perilaku konsumtif ini peneliti menggunakan aspek yang dikemukakan oleh Lina dan Rasyid (1997). Model pemberian skor pada skala ini adalah jenis skala likert. Blueprint dari skala ini dijelaskan dalam tabel 3.3 berikut.

Tabel 3.3 Skala Perilaku Konsumtif

Aspek	No item	Jumlah
Pembelian impulsif	1, 2, 3, 4, 5, 6, 27, 28, 29, 30, 31	11
Pembelian tidak rasional	7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 32, 33	13
Pembelian yang berlebihan	18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 34, 35, 36	12
<b>Total</b>		36

Berdasarkan tabel 3.3 di atas maka didapatkan bahwa aspek perilaku konsumtif adalah pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, dan pembelian yang berlebihan dengan total 36 aitem.

## 2. Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu

instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2006)

Menurut Azwar (2015) validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes mampu dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud digunakannya tes tersebut.

Peneliti menggunakan skala yang sudah ada dan membuat skala penelitian sesuai dengan teori-teori yang sudah ada. Skala-skala tersebut kemudian di berikan kepada empat orang ahli untuk dilakukan penilaian terkait skala-skala tersebut. Berdasarkan saran dan penilaian para ahli tersebut kemudian peneliti melakukan uji coba kepada responden yang berjumlah 33 orang. Peneliti menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 20 for windows* untuk melakukan penghitungan terkait validitas dan reliabilitas. Suatu aitem dinyatakan valid apabila *Corrected Item-Total Correlation*  $\geq$  0,300 (Azwar, 2015).

Disamping menggunakan *Aiken's V* peneliti juga mengonfirmasi langsung kepada empat subyek penelitian.

Keempat subyek diminta untuk mengisi skala tersebut dan diminta menceritakan kembali setiap aitem dari skala yang sudah diisi. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara kepada subyek terkait sejauh mana pemahamannya terhadap aitem-aitem pada skala tersebut. Peneliti juga meminta saran pada subyek terkait skala-skala penelitian tersebut.

Hasil pengukuran validitas instrumen pada penelitian ini dijelaskan pada tabel 3.4 berikut.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas *Centralitiy Religiosity Scale (CRS)*

Aspek	Nomor Item		Jumlah Item Valid
	Valid	Gugur	
<b>Intelektual</b>	6, 7, 8,	1, 2, 3, 4, 5	3
<b>Ideologi</b>	9, 10, 11, 12, 13, 14	-	6
<b>Praktik umum</b>	15, 16, 17, 18, 19, 20	-	6
<b>Praktik pribadi</b>	21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28	-	8
<b>Pengalaman religius</b>	29, 20, 31, 32, 33, 34, 35	-	7
Total Item Valid			30

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa skala *Religiusitas* yang diadaptasi dari *Centrality Religiosity Scale (CRS)* terdiri dari 35 aitem. Berdasarkan hasil uji validitas instrumen menunjukkan bahwa terdapat lima aitem yang gugur pada aspek intelektual, sedangkan pada aspek yang lain tidak ada yang gugur sehingga sebanyak 30 aitem dinyatakan valid.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas *Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)*

Aspek	Nomor Item		Jumlah Item Valid
	Valid	Gugur	
<b>Penilaian emosi diri</b>	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	1, 2	7
<b>Penilaian emosi orang lain</b>	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	-	9
<b>Penggunaan emosi</b>	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28	-	10
<b>Pengaturan emosi</b>	29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36	-	8
Total Item Valid			34

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa skala kecerdasan emosional yang diadaptasi dari *Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)* terdiri dari 36 aitem yang tersebar dalam empat aspek. Berdasarkan hasil uji validitas instrumen menunjukkan bahwa terdapat dua aitem yang dinyatakan gugur pada aspek penilaian emosi diri, sedangkan pada aspek yang lain tidak ada yang gugur sehingga sebanyak 34 aitem dinyatakan valid.

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Nomor Item		Jumlah Item Valid
	Valid	Gugur	
<b>Pembelian impulsif</b>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 30, 31	-	8
<b>Pembelian tidak rasional</b>	7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17,	-	11
<b>Pembelian yang berlebihan</b>	18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26,	-	9
Total Item Valid			28

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa skala perilaku konsumtif pada aspek-aspek yang dikemukakan oleh Lina dan Rasyid (1997) yang terdiri dari 36 aitem yang tersebar pada tiga aspek. Berdasarkan hasil uji validitas instrumen menunjukkan bahwa tidak ada aitem yang dinyatakan gugur. Dengan demikian, terdapat 28 aitem yang dinyatakan valid.

b. Reliabilitas

Reliabilitas menurut Allen & Yen (dalam Retnawati, 2016) menyatakan bahwa dikatakan reliabel jika skor amatan memiliki korelasi yang tinggi dengan skor yang sebenarnya. Suatu tes dapat dikatakan *reliabel* ketika hasil pengukuran mendekati keadaan peserta tes yang sebenarnya (Retnawati, 2016). Berdasarkan Lawrence, alat ukur yang *reliabel* akan memberikan hasil pengukuran yang stabil (Retnawati, 2016). Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian menggunakan teknik *Alpha Cronbach* yang dibantu dengan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 20 for windows*. Koefisien reliabilitas berbeda dalam rentang 0 sampai dengan 1,00. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dari skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Skala	Alpha	Keterangan
<i>Religiusitas</i>	<i>Centrality Religiosity Scale (CRS)</i>	0,935	<i>Reliabel</i>
Kecerdasan Emosional	<i>Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)</i>	0,928	<i>Reliabel</i>
Perilaku Konsumtif	Skala Perilaku Konsumtif menurut Lina dan Rasyid (1997)	0,905	<i>Reliabel</i>

Hasil uji reliabilitas terhadap ketiga skala tersebut dapat dikatakan *reliabel* karena ketiga skala tersebut memiliki nilai Alpha Cronbach yang mendekati 1,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga skala tersebut *reliabel* dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

#### E. Analisis Data

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui informasi mengenai hubungan antara variabel bebas (*Religiusitas* dan kecerdasan emosional) dan variabel terikat (perilaku konsumtif) maka peneliti menggunakan metode analisis data yakni *Multiple Regression Analysis* (analisis regresi berganda) menggunakan bantuan program komputer *Microsoft Excel dan IBM Statistic SPSS 20*. Berikut ini merupakan penjelasan dari kedua analisis tersebut.

##### a) Analisis Deskripsi

Analisis deskripsi bertujuan untuk memaparkan data hasil penelitian. Data mentah sudah diperoleh kemudian dianalisis dalam beberapa tahap yakni sebagai berikut.

### 1. Mean Hipotetik

Mencari nilai *mean hipotetik* dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$M = \frac{1}{2} (i \text{ Max} + i \text{ Min}) \times \sum \text{ aitem}$$

keterangan:

M : *mean hipotetik*

i Max : skor tertinggi aitem

i Min : skor terendah aitem

$\sum$  aitem : jumlah aitem dalam skala

### 2. Mean empirik

Mencari nilai *mean empirik* dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini

$$M = \frac{\sum \text{ skor subyek}}{\sum \text{ subyek}}$$

keterangan:

M : *mean empirik*

$\sum$  skor : jumlah skor total semua subyek

$\sum$  subyek : jumlah subyek penelitian

### 3. Standar deviasi

Setelah nilai mean diketahui, langkah selanjutnya yaitu mencari *standar deviasi (SD)*, adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut ini

$$SD = \frac{1}{6} (i \text{ Max} - i \text{ Min})$$

Keterangan:

SD : *Standar Deviasi*

i Max : Skor tertinggi subyek

i Min : Skor terendah subyek

#### 4. Kategorisasi

Tingkat *Religiusitas*, kecerdasan emosional dan perilaku konsumtif mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Malang dapat dilihat melalui kategorisasi dengan rumus sebagai berikut ini,

Tabel 3.8 Rumus Kategorisasi

No	Kategori	Skor
1	Tinggi	$X > (M + 1 SD)$
2	Sedang	$(M - 1 SD) \leq X \leq (M + 1 SD)$
3	Rendah	$X < (M - 1 SD)$

#### b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode analisis yang tepat dipergunakan ketika suatu penelitian melibatkan satu variabel terikat (Y) yang metrik yang dipengaruhi atau terikat dengan lebih dari satu variabel bebas (X) yang metrik atau non metrik. Tujuan analisis regresi linier berganda yaitu memperkirakan nilai Y, jika semua variabel X sudah diketahui nilainya, dengan menggunakan persamaan regresi berganda yang dibentuk dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (Wijaya, 2010).

Menurut Wijaya (2010) analisis regresi linier berganda merupakan suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dengan skala interval.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Pelaksanaan Penelitian

##### 1. Gambaran Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang berdiri berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 50 tanggal 21 Juni 2004. Hal ini berawal dari gagasan-gagasan para tokoh di Jawa Timur untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi Islam di bawah Departemen Agama, maka dibentuklah panitia yang bertugas untuk mendirikan Fakultas Syari'ah yang berada di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah yang berada di Malang. Kedua fakultas tersebut merupakan fakultas cabang dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan diresmikan bersamaan oleh Menteri Agama pada 28 Oktober 1961. Kemudian pada 1 Oktober 1964 didirikan juga Fakultas Ushuluddin yang berkedudukan di Kediri melalui Surat Keputusan Menteri Agama No. 66/1964.

Dalam perkembangan selanjutnya, Fakultas Syari'ah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin digabung dan secara structural berada di bawah naungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel yang didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama No. 20 tahun 1965. Sejak saat itu, Fakultas Tarbiyah yang berada di Malang menjadi cabang dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel. Berdasarkan Keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997, pada pertengahan 1997 Fakultas

Tarbiyah yang berada di Malang mampu beralih status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang bersamaan dengan perubahan status kelembagaan semua fakultas cabang di lingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) se-Indonesia yang berjumlah 33 buah. Dengan demikian, sejak saat itu Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Malang mampu menjadi lembaga Pendidikan tinggi Islam otonom yang lepas dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel.

Dalam Rencana Strategis Pengembangan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang Sepuluh Tahun ke Depan (1998/1999-2008/2009), pada paruh kedua waktu periode pengembangannya Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang mencanangkan mengubah status kelembagaannya menjadi universitas. Melalui upaya yang sungguh-sungguh usulan menjadi universitas disetujui Presiden melalui Surat Keputusan Presiden RI No. 50, tanggal 21 Juni 2004 dan diresmikan oleh Menko Kesra Prof. H. A. Malik Fadjar, M.Sc atas nama Presiden pada 8 Oktober 2004 dengan nama Universitas Islam Negeri (UIN) Malang dengan tugas utamanya adalah menyelenggarakan program pendidikan tinggi bidang ilmu agama Islam dan bidang umum. Oleh sebab itu, pada 21 Juni 2004 dijadikan sebagai hari kelahiran Universitas ini.

Dalam perjalanannya kampus ini pernah bernama Universitas Islam Indonesia-Sudan (UIIS) sebagai implementasi kerjasama antara pemerintah Indonesia dan Sudan serta diresmikan oleh Wakil Presiden RI, Dr. (Hc) H. Hamzah Haz pada 21 Juli 2002 yang juga dihadiri oleh para

pejabat tinggi pemerintah Sudan. Secara spesifik akademik, Universitas ini mengembangkan ilmu pengetahuan tidak hanya bersumber dari metode-metode ilmiah melalui penalaran logis seperti observasi, eksperimentasi, survei, wawancara, dan sebagainya. Tetapi, juga dari Al-Qur'an dan Hadits yang selanjutnya disebut paradigma integrasi. Oleh sebab itu, posisi matakuliah studi keislaman: Al-Qur'an, Hadits, dan Fiqih menjadi sangat sentral dalam kerangka integrasi keilmuan tersebut.

Berdasarkan struktur kelembagaan, sampai saat ini Universitas ini memiliki tujuh fakultas, tujuh program magister dan tiga program doktor, yaitu: (1) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, menyelenggarakan Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI), Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS), Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), Jurusan Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA), Jurusan Pendidikan Bahasa Arab (PBA), dan Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), (2) Fakultas Syari'ah, menyelenggarakan Jurusan Al Ahwal Al Syakhsiyyah (AS), Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah (HBS), Jurusan Hukum Tata Negara (HTN), dan Jurusan Ilmu Tafsir, (3) Fakultas Humaniora, menyelenggarakan Jurusan Bahasa dan Sastra Arab (BSA) dan Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris (BSI), (4) Fakultas Psikologi, menyelenggarakan Jurusan Psikologi, (5) Fakultas Ekonomi, menyelenggarakan Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi, Jurusan Perbankan Syari'ah, (6) Fakultas Sains dan Teknologi, menyelenggarakan Jurusan Teknik Informatika, Jurusan Teknik Arsitektur, Jurusan Matematika, Jurusan Fisika, Jurusan

Kimia, Jurusan Biologi, (7) Fakultas Kesehatan dan Ilmu Kesehatan (FKIK), menyelenggarakan Jurusan Pendidikan Kedokteran dan Jurusan Farmasi. Adapun Program Pascasarjana mengembangkan tujuh program studi magister, yaitu: (1) Program Magister Manajemen Pendidikan Islam, (2) Program Magister Pendidikan Bahasa Arab, (3) Program Magister Studi Ilmu Agama, (4) Program Magister Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, (5) Program Magister Al Ahwal Al Syakhsiyyah, (6) Program Magister Agama Islam, (7) Program Magister Ekonomi Syari'ah. Sementara untuk program doktor dikembangkan tiga program, yaitu (1) Program Doktor Manajemen Pendidikan Islam, (2) Program Doktor Pendidikan Bahasa Arab, (3) Program Doktor Pendidikan Agama Islam Berbasis Studi Interdisipliner.

Adapun ciri khusus lain Universitas ini sebagai implikasi model pengembangan keilmuannya ialah keharusan bagi seluruh anggota sivitas akademika untuk menguasai bahasa Arab dan bahasa Inggris. Melalui bahasa Arab, diharapkan seluruh sivitas akademika mampu melakukan kajian Islam melalui sumber aslinya, yakni Al-Qur'an dan Hadits dan melalui bahasa Inggris diharapkan mampu mengkaji ilmu-ilmu umum dan modern, selain sebagai piranti komunikasi global. Berdasarkan hal itu pula, Universitas ini disebut bilingual university. Dengan tujuan tersebut, maka dikembangkan ma'had atau pesantren kampus di mana seluruh mahasiswa baru harus tinggal di ma'had selama satu tahun atau dua semester awal. Karena itu, pendidikan di Universitas ini merupakan sintesis antara tradisi

universitas dan ma'had atau pesantren. Melalui model pendidikan tersebut, diharapkan mampu lahir lulusan yang memiliki predikat ulama yang intelek professional dan/atau intelek professional yang ulama. Ciri utama sosok lulusan demikian adalah tidak saja menguasai disiplin ilmu masing-masing sesuai pilihannya, tetapi juga menguasai Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama ajaran Islam.

Universitas ini terletak di Jalan Gajayana 50, Dinoyo Malang dengan lahan seluas 14 Hektar, Universitas ini memodernisasi diri secara fisik sejak September 2005 dengan membangun gedung rektorat, fakultas, kantor administrasi, perkuliahan, laboratorium, kemahasiswaan, pelatihan, olah raga, business center, poliklinik, masjid dan juga ma'had yang sudah lebih dulu ada dengan pendanaan dari *Islamic Development Bank (IDB)* melalui Surat Persetujuan IDB No. 41/IND/1287 tanggal 17 Agustus 2004. Pada 27 Januari 2009, Presiden Republik Indonesia Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono berkenan memberikan nama Universitas ini dengan nama Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Karena nama dirasa nama tersebut cukup panjang, maka dalam pidato dies natalis ke-4, Rektor menyingkat nama tersebut menjadi UIN Maliki Malang.

Dengan performansi fisik yang megah, modern, tekad, semangat dan komitmen yang kuat dari seluruh sivitas akademika seraya memohon ridho dan petunjuk Allah SWT, Universitas ini bercita-cita menjadi *the center of excellence dan the center of Islamic Civilization* sebagai langkah

mengimplementasikan ajaran Islam sebagai rahmat bagi semesta alam /al Islam rahmat li al-alamain (Pedoman Pendidikan, 2017).

## 2. Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Malang

Pendirian Ma'had Sunan Ampel Al-Aly ini pada masa kepemimpinan Prof. Dr. H. Imam Suprayogo yang saat itu masih bernama STAIN Malang. Pembangunan Ma'had Sunan Ampel Al-Aly dimulai pada 4 April 1999 oleh sembilan orang kyai berpengaruh di Jawa Timur dan disaksikan oleh sejumlah orang kyai lainnya dari Kota dan Kabupaten Malang. Dalam pembangunan awal tersebut berhasil mendirikan empat unit gedung yang terdiri dari 189 kamar, lima rumah pengasuh, dan satu rumah untuk mudir (direktur) ma'had.

Pada 26 Agustus 2000, ma'had mulai dioperasikan dengan total 1041 santri, 483 santri putra dan 558 santri putri. Para santri ini adalah mereka yang terdaftar sebagai mahasiswa baru dari semua fakultas. Kemudian pada 17 April 2001, Presiden RI KH. Abdurrahman Wahid berkenan hadir dan meresmikan ke empat gedung atau mabna yang masing-masing diberi nama Mabna Al-Ghazali, Mabna Ibn Rusyd, Mabna Ibn Sina, Mabna Ibn Kholdun, selang satu bulan kemudian satu unit gedung atau mabna berhasil dibangun dan diberi nama Al-Farabi yang diresmikan oleh Wakil Presiden RI, Hamzah Haz dan didampingi oleh Wakil Presiden I Republik Sudan saat meresmikan alih status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang menjadi Universitas Islam Indonesia Sudan (UIIS).

Semua mabna yang berhasil dibangun tersebut kini dihuni oleh santri putra, sementara untuk santri putri sekarang menempati empat unit mabna baru yang dibangun sejak 2006. Adapun nama empat mabna tersebut adalah Mabna Ummu Salamah, Mabna Asma binti Abu Bakar, Mabna Fatimah Al Zahra dan Mabna Khadijah Al Kubro. Kedua unit mabna untuk santri putra dan santri putri berada di lokasi terpisah dalam area kampus. Dalam Ma'had Sunan Ampel Al-Aly dibangun pula sebuah monumen (prasasti) guna melengkapi nuansa religious dan kultur *Religiusitas* muslim di Jawa Timur. Dalam prasasti tersebut menggambarkan visi dan misi ma'had yang berbunyi, "Jadilah kamu orang-orang yang memiliki mata hati, jadilah kamu orang-orang yang memiliki kecerdasan, jadilah kamu orang-orang yang memiliki akal dan berjuanglah untuk membela agama Allah dengan kesungguhan". Dalam kompleks Ma'had Sunan Ampel Al-Aly tersebut ditanam pula tanah yang diambil dari Wali Songo (Wali Sembilan: simbol perjuangan para ulama di Jawa) di sekeliling prasasti tersebut untuk mengenang jasa dan historisitas ulama pejuang Islam di Pulau Jawa. Disamping untuk menanamkan nilai historis perjuangan para ulama, yakni agar seluruh santri mampu mengingat urgensi perjuangan atau jihad Li i'laai kalimatillah.

Adapun program-program yang terdapat di Ma'had Sunan Ampel Al-Aly ialah sebagai berikut:

1. *Shabah Al-Lughah (Language Morning)*
2. *Ta'lim Al-Qur'an*

3. *Tashih Qiroatul Al-Qur'an*
4. *Tahsin Tilawatil Qur'an*
5. *Ta'lim Afkar Al-Islamiyah*
6. Shalat Tahajjud/Persiapan shalat shubuh berjamaah
7. Jama'ah shalat shubuh dan pembacaan *Wirdul Lathief*
8. Shalat Jama'ah
9. Pembacaan surat Yasin/ *Tahsin Al-Qiro'ah/ Madaa'ih*  
/ *Muhadlarah/ Ratib Al-Hadad/* Ngaji bersama
10. *Smart Study Community*, kegiatan ekstra mabna, UPKM (Unit Kegiatan-Kegiatan Ma'had) seperti halnya JDFI (Shalawat, Kaligrafi, Khitobah, Qiroah dan MC), Halaqah Ilmiah, Jurnalistik (El-Ma'rifah).
11. Pengabsenan jam malam santri dan pendampingan
12. Belajar mandiri dan Istirahat

## 2. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilakukan di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang tepatnya di Ma'had Sunan Ampel Al-Aly. Peneliti memberikan skala kepada 10% mahasantri baru angkatan 2017 dengan total keseluruhan 365 Mahasantri. Proses penelitian dimulai dari bulan Februari 2018 sampai bulan Mei 2018.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi data

#### a) Skor *Hipotetik* dan *Empirik*

Skor *Hipotetik* dan *empirik* dijelaskan pada tabel 4.1 berikut ini

Tabel 4.1 Deskripsi Skor *Hipotetik* dan *Empirik*

Varibel	Hipotetik			Empirik		
	Maksimal	Minimal	Mean	Maksimal	Minimal	Mean
<i>Religiusitas</i>	102	0	42	112	68	85,3507
<i>Kecerdasan Emosional</i>	84	0	51	112	54	94,9342
<i>Perilaku Konsumtif</i>	108	0	54	106	35	70,0301

Berdasarkan data tabel di atas dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Pengukuran skala *religiusitas* melakukan adaptasi dari *Centrality Religiosity Scale (CRS)*. Skala ini berisi 30 aitem dengan rentang skor 1-4. Dengan demikian, kemungkinan skor skala *religiusitas* tertinggi adalah 102 dengan mean hipotetik 42. Berdasarkan hasil penelitian skor skala *Religiusitas* tertinggi adalah 112 dengan *mean* 85,3507. Jika dibandingkan antara *mean hipotetik* dan *mean empirik* maka *mean empirik* lebih sedikit daripada *mean hipotetik*.
2. Pengukuran skala kecerdasan emosional adaptasi dari *Wong and Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS)*. Skala ini berisi 34 aitem dengan rentang skor 1-4, sehingga kemungkinan skor skala kecerdasan emosional ini tertinggi

adalah 84 dengan *mean hipotetik* 51. Berdasarkan hasil penelitian skor skala kecerdasan emosional tertinggi sebesar 112 dengan *mean empirik* sejumlah 94,9342. Jika dibandingkan antara *mean hipotetik* dengan *mean empirik* maka *mean empirik* lebih tinggi daripada *mean hipotetik*.

3. Pengukuran skala perilaku konsumtif menggunakan skala yang terdiri dari 28 aitem dengan rentang skor 1-4, jadi kemungkinan skor skala perilaku konsumtif tertinggi adalah 108 dengan *mean hipotetik* 54. Berdasarkan hasil penelitian skor skala perilaku konsumtif tertinggi adalah 106 dengan *mean empirik* 70,0301. Ketika dibandingkan antara *mean hipotetik* dengan *mean empirik* maka *mean hipotetik* lebih tinggi daripada *mean empirik*.

b) Deskripsi kategorisasi data

Skor yang digunakan dalam kategorisasi data penelitian adalah skor hipotetik dengan norma sebagai berikut,

Tabel 4.2 Norma Kategorisasi

No	Kategori	Skor
1	Tinggi	$X > (M + 1 SD)$
2	Sedang	$(M - 1 SD) \leq X \leq (M + 1 SD)$
3	Rendah	$X < (M - 1 SD)$

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, maka setelah ditemukan skor yang sesuai dengan norma akan dibuat menjadi tiga kelas dengan batas masing-masing. Penjelasan secara terperinci pada masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut.

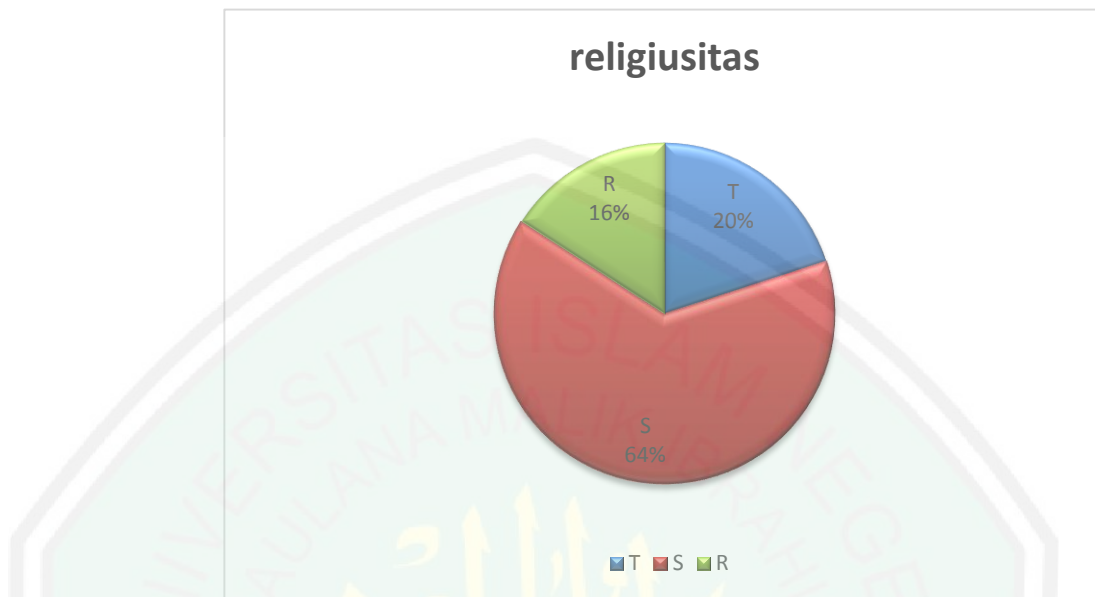
### 1. *Religiusitas*

Kategorisasi tingkat *religiusitas* subyek dijelaskan pada tabel 4.3 berikut ini.

Tabel 4.3 Kategorisasi *Religiusitas*

Kategori	Jumlah Subyek	Persentase
<b>Tinggi</b>	73	20%
<b>Sedang</b>	234	64%
<b>Rendah</b>	58	16%

Berdasarkan tabel 4.3 didapatkan bahwa mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-Aly memiliki tingkat *Religiusitas* kategori tinggi sebanyak 20%, memiliki tingkat *Religiusitas* dengan kategori sedang sebesar 64% dan memiliki *Religiusitas* dengan kategori rendah sejumlah 16%. Secara umum, mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly mempunyai tingkat *Religiusitas* yang tergolong sedang. Diagram kategorisasi tingkat *Religiusitas* pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly dalam gambar 4.1 sebagai berikut:



Gambar 4.1 Diagram kategorisasi tingkat *Religiusitas*

Berdasarkan gambar 4.1 di atas dapat diketahui bahwa kategorisasi tingkat *Religiusitas* terbanyak adalah kategori sedang yakni sebesar 64%.

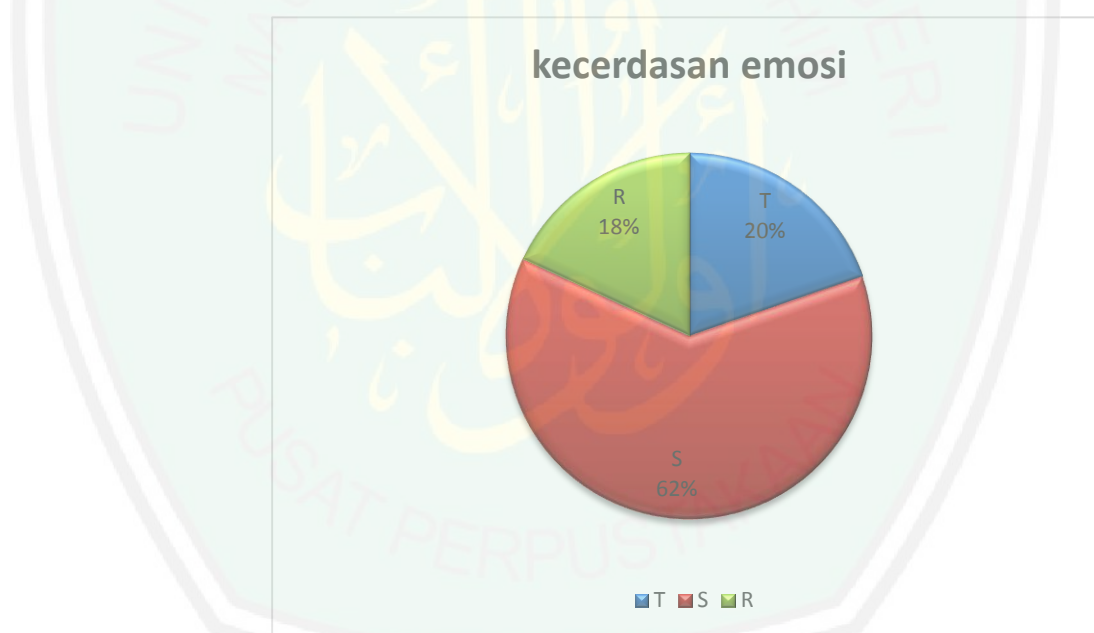
## 2. Kecerdasan Emosional

Kategorisasi tingkat kecerdasan emosional subyek dijelaskan pada tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4 Kategorisasi Kecerdasan Emosional

Kategori	Jumlah Subyek	Persentase
Tinggi	72	20%
Sedang	227	62%
Rendah	66	18%

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, diketahui bahwa kecerdasan emosional dengan kategori tinggi sebanyak 20% dan dengan kategori sedang sebanyak 62% serta kategori rendah dengan persentase 18%. Dari data tersebut dapat dinyatakan bahwa mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly memiliki tingkat kecerdasan emosional dalam kategori sedang yakni sebesar 227 orang. Berikut diagram kategorisasi kecerdasan emosional pada gambar 4.2.



Gambar 4.2: Diagram kategorisasi kecerdasan emosional

Dari diagram tersebut dapat diketahui jika kategori kecerdasan emosional terbanyak adalah kategori sedang sebesar 62%.

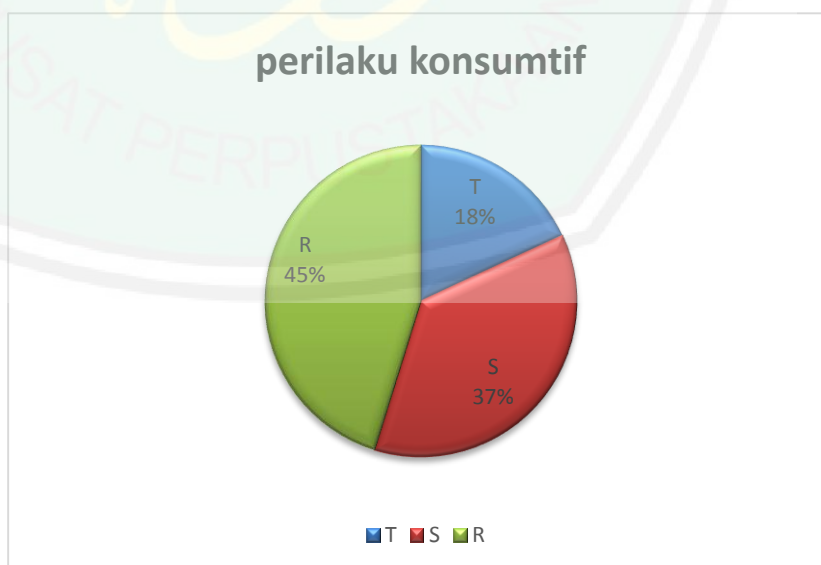
### 3. Perilaku Konsumtif

Kategorisasi tingkat perilaku konsumtif subyek dijelaskan pada tabel 4.5 berikut ini.

Tabel 4.5 Kategorisasi Tingkat Perilaku Konsumtif

Kategori	Jumlah Subyek	Persentase
Tinggi	66	18%
Sedang	134	36%
Rendah	165	45%

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa mahasiswa yang memiliki kategori perilaku konsumtif yang tinggi sebesar 18%, sedang sebesar 36% dan rendah sebesar 45%. Pada umumnya mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang tergolong rendah yaitu sebesar 45%. Dapat dilihat diagram kategorisasi dalam gambar 4.3 sebagai berikut:



Gambar 4.3 Diagram Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Dari diagram di atas dapat diketahui jika kategori perilaku konsumtif terbanyak berada pada kategori rendah yaitu sebesar 45%.

## 2. Uji Asumsi

Uji asumsi yang dilakukan pada penelitian ini yaitu random, normalitas dan linieritas. Uji asumsi dilakukan untuk membuktikan bahwa sampel dan data penelitian terhindar dari *sampling error*. Berikut penjelasan dari uji asumsi yang dilakukan dalam penelitian ini.

### a. Random

Subyek dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria random. Dalam artian bahwa semua subjek dalam populasi memiliki kriteria dan kesempatan yang sama untuk menjadi subjek penelitian.

### b. Uji Normalitas

Uji distribusi normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah data penelitian terdistribusi secara normal atau tidak sehingga mampu dilakukan uji parametrik. Uji normalitas dilakukan untuk membuktikan bahwa sampel penelitian mampu mewakili populasi dan dapat digeneralisasikan pada populasi (Widhiarso, 2012). Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan *SPSS* yaitu dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test* dengan melihat nilai signifikansi (2-tailed). Jika nilai signifikansinya  $>0,05$  maka data terdistribusi

normal. Akan tetapi, jika  $<0,05$  maka data berarti tidak normal (Priyatno, 2016). Hasil uji normalitas dilaporkan dalam tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

Variabel	K-SZ	Sig (P)	Status
<i>Religiusitas</i>	1,332	0,057	Normal
Kecerdasan Emosi	1,096	0,181	Normal
Perilaku Konsumtif	0,854	0,459	Normal

Hasil uji normalitas sebagaimana tertera pada tabel 4.6 maka dapat dilihat bahwa ketiga variabel terdistribusi normal ( $>0,05$ ). Dengan demikian ketiga variabel tersebut mampu memenuhi syarat untuk distribusi normal. Hal ini menandakan jika sampel yang digunakan dalam penelitian mampu mewakili populasi secara tepat dan hasil penelitian dapat digeneralisasi kepada seluruh populasi.

c. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah data memiliki korelasi secara linier. Data yang berkorelasi secara linier merupakan syarat data dapat dianalisis menggunakan analisis linier berganda. Uji linieritas dalam penelitian ini ialah dibantu dengan *software SPSS for windows 20* dengan melihat nilai signifikansi pada *output SPSS*. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut..

Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas

Variabel	<i>Religiusitas</i>	Kecerdasan Emosional
Perilaku Konsumtif	0,122	0,150
Keterangan	Linier	Linier

Berdasarkan tabel 4.7 di atas bahwasanya terdapat hubungan yang linier dikarenakan nilai signifikansi pada *deviation from linearity* > 0,05 sehingga variabel tersebut memenuhi kriteria linier (Priyatno, 2016).

### 3. Uji Hipotesis

Hipotesis mayor pada penelitian ini dilakuakn untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif. Peneliti menggunakan analisis regresi liner berganda dengan bantuan *IBM SPSS for windows 20*. Adapun hasil analisis yang dijelaskan pada tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis Mayor

<i>Dependent Variable</i>	<i>Predictors</i>	F	Signifikansi
Perilaku Konsumtif	<i>Religiusitas</i>	41,057	0,000
	Kecerdasan emosional		

Hipotesis penelitian memprediksikan bahwa *religiusitas* dan perilaku konsumtif mampu memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion*. Hasil uji regresi pada tabel 4.8 menunjukkan jika *religiusitas* dan kecerdasan emosional berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif (F= 41,057 ,p < 0,05)

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa *religiusitas* dan kecerdasan emosional berpengaruh terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini membuktikan bahwasanya hipotesis mayor penelitian ini diterima, yaitu terdapat pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion*. Persentase pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif dijelaskan dalam tabel 4.9 berikut.

Tabel 4.9 Persentase pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif

<i>Dependent Variable</i>	<i>Predictors</i>	<i>R Square</i>
Perilaku Konsumtif	<i>Religiusitas</i>	0,185
	Kecerdasan Emosional	

Berdasarkan tabel 4.9 didapatkan hasil bahwa variabel *religiusitas* dan kecerdasan emosional memberikan kontribusi sebesar ( $R^2 = 0,185$ ), dengan kata lain 18,5%. Adapun 81,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis minor dipaparkan pada tabel 4.10 berikut ini.

Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis Minor

<i>Dependent Variable</i>	<i>Predictors</i>	<i>Beta</i>	<i>sig</i>
Perilaku Konsumtif	<i>Religiusitas</i>	-0,464	0,000
	Kecerdasan Emosional	-0,353	0,000

Variabel X1 (*Religiusitas*) memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan  $\beta = -0,464$  dan sig sebesar

0,000 dengan persentase sebesar 21,5%. Kemudian ada pengaruh antara kecerdasan emosional dan perilaku konsumtif dengan  $\beta = -0,353$  dengan *sig* 0,000 dengan persentase sebesar 12,4% . Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis minor penelitian diterima, yaitu terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif dan terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion*.

#### 4. Uji Beda

Berdasarkan hasil uji beda antara laki-laki dan perempuan didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 4.11 Hasil Uji Beda

Variabel	Signifikansi	
	Jenis kelamin	Alumni (pondok atau non pondok)
Perilaku Konsumtif	0,925	0,983
<i>Religiusitas</i>	0,287	0,843
Kecerdasan emosional	0,250	0,198

Berdasarkan tabel 4.11 di atas didapatkan bahwa pada variabel perilaku konsumtif, tidak terdapat perbedaan yang signifikan (*sig* > 0,05) antara laki-laki dan perempuan. Variabel *religiusitas* tidak ada perbedaan yang signifikan (*sig* > 0,05) antara laki-laki dan perempuan. Variabel kecerdasan emosional tidak terdapat perbedaan yang signifikan (*sig* > 0,05) antara laki-laki dan perempuan. Disamping itu, dapat dijelaskan pula bahwa variabel perilaku konsumtif, *religiusitas* dan kecerdasan emosional tidak terdapat perbedaan yang signifikan (*sig* > 0,05) terkait alumni atau

asal sekolah mahasantri baik yang berasal dari pondok pesantren maupun sekolah umum.

## C. Pembahasan

### 1. Tingkat *Religiusitas*

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diketahui bahwa mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-Aly memiliki tingkat *religiusitas* kategori tinggi sebanyak 20% dengan jumlah 73 mahasantri, tingkat *religiusitas* dengan kategori sedang sebesar 64% dengan jumlah 234 mahasantri dan memiliki *religiusitas* dengan kategori rendah sejumlah 15% dengan jumlah 58 mahasantri. Secara umum, mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-‘Aly mempunyai tingkat *religiusitas* yang tergolong sedang. Hal ini dapat pula dilihat berdasarkan nilai *mean empirik* variabel *religiusitas* (85,3507) lebih tinggi daripada *mean hipotetik* (42) yang mana menunjukkan bahwa mahasantri secara umum memiliki *religiusitas* yang baik.

Hasil ini menunjukkan bahwasanya mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-‘Aly memiliki *religiusitas* yang tergolong tinggi (20%) dapat dikatakan bahwa mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-‘Aly cenderung mampu menanamkan nilai-nilai *religiusitas* dalam diri sehingga mampu menerapkannya dalam kehidupannya sehari-hari. Kemudian mahasantri yang tergolong memiliki tingkat *religiusitas* tergolong sedang (64%) mengindikasikan bahwa mahasantri mampu menanamkan nilai-nilai

*religiusitas* dengan cukup baik sehingga mampu menerapkannya dalam kehidupannya sehari-hari. Sedangkan mahasiswa yang memiliki tingkat *religiusitas* tergolong rendah (15%) mengindikasikan jika mahasiswa kurang mampu menghayati dan menanamkan nilai-nilai *religiusitas* yang berdampak pada kurang mampu dalam menerapkan di kehidupan sehari-hari.

Hal ini mampu dilihat dari aitem-aitem yang telah diberikan dan diisi oleh subyek. Adanya perbedaan tingkat *religiusitas* dalam diri mahasiswa ini dikarenakan beberapa faktor misalnya faktor hereditas, tingkat usia, kepribadian, kondisi kejiwaan, lingkungan keluarga, lingkungan institusional, dan lingkungan masyarakat (Jalaludin, 2012). Seperti halnya mahasiswa yang berada di Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang dengan kondisi kampus yang disandingkan dengan nuansa pondok pesantren yang merupakan lingkup pendidikan yang secara langsung mampu memengaruhi perkembangan keagamaan seseorang. Mahasiswa yang notabene adalah mahasiswa baru dengan berbagai latar belakang berupaya membentuk pribadinya menjadi lebih baik dengan menyesuaikan norma dan nilai-nilai yang ada dalam Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly.

Apabila dilihat berdasarkan hasil analisis data penelitian dan kemampuan mahasiswa dalam menanamkan nilai-nilai keagamaan dalam dirinya mampu dipastikan bahwa mahasiswa mampu mengarahkan dirinya

untuk melakukan hal-hal yang lebih positif dan berupaya terhindar dari hal-hal yang merugikan dirinya.

## 2. Tingkat Kecerdasan Emosional

Berdasarkan hasil analisis pada skala kecerdasan emosional bahwa mean empirik variabel kecerdasan emosi (94,9342) lebih tinggi daripada mean hipotetik (51) yang menunjukkan bahwa kecerdasan emosional mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly secara umum baik. Tingkat kecerdasan emosional mahasiswa mayoritas pada kategori sedang dengan persentase 62% yaitu sebanyak 227 orang, sementara tingkat kecerdasan emosional dengan kategori tinggi dengan persentase 20% yaitu sebanyak 72 orang dan dengan kategori rendah sebanyak 18% yaitu sebanyak 66 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly mempunyai kecerdasan emosional dengan kategori sedang dengan persentase 62%. Hal ini mengindikasikan jika mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly mampu untuk mengontrol diri, mengendalikan dorongan, mengontrol stress dan mampu memahami kondisi orang lain dengan cukup baik. Sedangkan kecerdasan emosional dengan kategori tinggi yaitu sebesar 20% mengindikasikan bahwa mahasiswa mampu dalam mengidentifikasi emosi diri, mengendalikan emosi diri, mampu memotivasi diri, membina hubungan dengan orang lain dan memahami emosi orang lain dengan baik. Sementara kecerdasan emosi dengan kategori rendah yaitu sebesar 18% mengindikasikan bahwa

mahasantri kurang mampu mengendalikan emosi diri, kurang mampu memiliki interaksi yang baik dengan orang lain dan kurang dalam memahami emosi diri dan juga orang lain dengan baik.

Adanya perbedaan dalam tingkat kecerdasan emosional pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly ini dikarenakan adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya misalnya faktor internal dan faktor eksternal. Menurut Goleman (2004) terdapat dua faktor yang mempengaruhi kecerdasan emosional yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang timbul dari dalam diri yang dipengaruhi oleh struktur dan kondisi otak emosional seseorang, sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar individu seperti halnya lingkungan sekitar maupun kelompok-kelompok acuan.

Dengan demikian, berdasarkan hasil analisis data penelitian maka secara umum mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang cukup mampu menjadi seseorang yang senantiasa memahami diri, memotivasi diri dan memahami kondisi emosi orang lain.

### **3. Tingkat Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan peneliti maka dapat diketahui bahwa mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly berada pada kategori perilaku konsumtif sedang. Hal tersebut diketahui dari penelitian yang telah dilakukan yakni ditemukan sebesar 18% atau 66 mahasantri dari 365 mahasantri yang memiliki perilaku konsumtif dengan kategori tinggi. Sedangkan 36% pada kategori sedang dan 45% pada kategori rendah.

Tingkat perilaku konsumtif ditinjau dari jenis kelamin dapat dinyatakan tidak terdapat perbedaan yang signifikan baik laki-laki dan perempuan. Begitupun dengan asal sekolah mahasantri juga tidak ada perbedaan yang signifikan baik yang berasal dari pondok pesantren maupun sekolah umum. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh A. P. Putri (2017) bahwasanya terdapat perbedaan antara laki-laki dan perempuan yaitu perilaku konsumtif cenderung lebih tinggi dilakukan oleh perempuan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Segoro (2013)) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif pada santri pondok adalah lingkungan sekitar termasuk pola hidup dalam keluarga. Sebagaimana diketahui subyek adalah seorang remaja sehingga dalam berperilaku konsumtif lebih cenderung mengikuti kelompok acuan ataupun teman sebayanya serta faktor-faktor lainnya seperti faktor budaya, psikologis, sosial dan personal (Simamora, 2014).

Adapun menurut Kotler & Armstrong, G. (2012) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Sebagaimana diketahui mahasantri yang dalam faktanya adalah remaja, sehingga faktor sosial menjadi faktor yang sering memengaruhi perilaku konsumtifnya. Lebih lanjut, banyaknya media sosial atau toko online yang menjual produk-produk *fashion* dan mudahnya akses yang digunakan membuat kalangan mahasiswa menjadi semakin tinggi dalam berperilaku konsumtif (Rachma, 2017).

Dalam hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif membeli produk *fashion* dalam kategori sedang. Artinya, mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly masih mampu mengendalikan pengeluaran mereka dalam melakukan aktivitas konsumsi dalam membeli produk-produk *fashion*.

#### 4. Pengaruh *Religiusitas* Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian pada mahasiswa yang berjumlah 365 mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 2017/2018 yang telah dianalisis menggunakan *IBM SPSS 20 for windows* membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif ( $\beta = -0,464$ ) dan signifikansi 0,000 ( $sig < 0,05$ ). Berdasarkan analisa tersebut maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini mendapatkan hasil yang berbeda terhadap penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2017) yang mana penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara *religiusitas* dengan perilaku konsumtif.

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh S. A. Putri (2017) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara *religiusitas* dengan perilaku konsumtif. Taraf signifikansi 0,020 ( $< 0,05$ ) dan koefisien korelasi sebesar -2,360. Dalam artian, penelitian ini menjelaskan jika semakin tinggi tingkat *religiusitas* maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya, begitu pula sebaliknya.

Hal ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chatijah dan Purwadi (2007) yang berjudul “Hubungan Antara *Religiusitas* Dengan Sikap Konsumtif Remaja” dengan hasil bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *religiusitas* dengan perilaku konsumtif. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat *religiusitas* remaja, maka semakin rendah sikap konsumtif remaja, begitupun sebaliknya semakin rendah *religiusitas* remaja, maka semakin tinggi sikap konsumtif yang dilakukan remaja. Hasil analisa data yang diperoleh koefisien korelasi sebesar -0,324 dan  $r^2 = 0,105$ , ini menunjukkan bahwa tingkat *religiusitas* menyumbang sebesar 10,5% dalam menekan timbulnya sikap konsumtif.

Dari sisi *religiusitas*, perilaku konsumtif tidak dibenarkan karena perilaku tersebut cenderung menghambur-hamburkan uang dan bertindak berlebihan. Bahwasanya banyak remaja merasa kebutuhan emosinya terpenuhi ketika ia mampu berperilaku konsumtif dan itu mampu mendatangkan kesenangan serta kepuasan. Dalam mengendalikan perilaku konsumtif remaja maka harus bisa menanamkan nilai-nilai *religiusitas* dalam diri seseorang (Chatijah & Purwadi, 2007). Mahasantri harus mampu untuk meningkatkan *religiusitas* dalam diri dan senantiasa membentengi diri agar menjauhi membeli barang atau produk yang kurang dibutuhkan. Dengan usia antara 18 – 21 tahun mahasantri diharapkan mampu mengendalikan diri untuk tidak berperilaku konsumtif (Aziz, 2016).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Khandai, S., Bajpai, S., & Agarwal, B. (2014) dengan judul penelitian “*Religion and Its Impact Upon Purchase Behavior: A Study Of Indian Consumers*” menunjukkan bahwa *Religiusitas* memiliki dampak yang signifikan ( $p < 0,05$ ) terhadap perilaku konsumsi. Penelitian ini dilakukan di India yaitu di daerah New Delhi, di mana *religiusitas* sangat mempengaruhi aktivitas belanja atau perilaku konsumsi masyarakat. Berdasarkan penelitian dijelaskan Abdullah and Majid (2003) bahwa *religiusitas* mampu mengontrol perilaku yang dimunculkan seseorang yaitu ketika seseorang mampu taat dalam menjalankan ajaran agama maka orang tersebut akan semakin mampu mengendalikan dirinya terutama dalam hal berperilaku konsumtif.

Secara keseluruhan dalam penelitian ini *religiusitas* mampu mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Ma’had Sunan Ampel Al-‘Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebesar 21,5%. Dengan kata lain, 78,5% lainnya mampu dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, hasil ini mampu menjawab bahwasanya terdapat pengaruh antara *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma’had Sunan Ampel Al-‘Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

##### **5. Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa Ma’had Sunan Ampel Al-‘Aly dengan menggunakan bantuan *IBM SPSS 20 for windows* membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara kecerdasan emosional

terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion*. Berdasarkan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan bahwa terdapat pengaruh  $\beta = -0,353$  dengan signifikansi 0,000 ( $sig < 0,05$ ) yang berarti kecerdasan emosional memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam artian semakin tinggi kecerdasan emosional yang dimiliki mahasantri maka semakin rendah pula perilaku konsumtif yang dimunculkan. Hasil ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh dalam penelitian tersebut dijelaskan Presilia, dkk (2013) terdapat pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif sebesar 31,5%.

Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fiqriyah, dkk (2016) bahwa kecerdasan emosional berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IIS MAN 1 Malang. Kecerdasan emosional yang tinggi mengindikasikan bahwa seseorang akan lebih mudah mengontrol tindakan yang hanya berdasarkan keinginan saja. Dengan menggunakan kecerdasan emosionalnya seseorang akan mampu mengendalikan keinginannya untuk membeli barang yang kurang diperlukan. Dalam setiap pengambilan keputusan pembelian, seseorang akan memikirkannya terlebih dahulu agar tidak menimbulkan penyesalan sehingga untuk mengambil keputusan berkonsumsi akan lebih rasional.

Kemampuan mengendalikan emosi juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang terutama dalam hal membeli produk *fashion*. Hal ini dikarenakan adanya faktor eksternal yakni individu maupun lingkungan yang lain akan mempengaruhi individu untuk melakukan perilaku konsumtif. Ketika teman mulai memakai pakaian, sepatu maupun produk *fashion* lain sedikit banyak akan tertarik untuk membelinya. Begitu juga lingkungan ketika ada produk *fashion* yang sedang trend maka akan ada keinginan dalam diri untuk memiliki produk tersebut. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif sebesar 12,4%. Dalam artian, 87.6% yang mempengaruhi perilaku konsumtif membeli produk *fashion* adalah karena adanya pengaruh internal dan eksternal yang berasal dari diri mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly. Sebagaimana dalam Presilia, dkk (2013) faktor yang mampu mempengaruhi perilaku konsumsi adalah keluarga, kebudayaan, teman, lingkungan sekitar, sikap dan kepribadian. Dengan kata lain, banyak faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif seseorang sehingga terdapat perbedaan antara individu satu dengan yang lain terkait tujuan konsumsinya. Kecerdasan emosional merupakan kemampuan untuk memotivasi diri sendiri dan bertahan terhadap frustrasi, mengendalikan dorongan hati, tidak melebih-lebihkan kesenangan, mengatur suasana hati dan menjaga agar beban *stress* tidak melumpuhkan kemampuan berpikir (Goleman, 2004).

Sesuai dengan paparan di atas maka dapat dijelaskan bahwa kecerdasan emosional mampu mengontrol perilaku seseorang terutama perilaku konsumtif. Semua manusia pasti memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Tujuan dari kegiatan konsumsi ini adalah mendapatkan kepuasan atas penggunaan barang dan jasa yang dibelinya. Oleh sebab itu, kecerdasan emosional diharapkan mampu mengendalikan emosi seseorang dalam menginginkan suatu barang dengan melihat pada kemampuan dan kebutuhannya yang terpenting terlebih dahulu daripada memikirkan gengsi (Mahrunnisya, t.th).

Dengan demikian, hasil ini mampu menjawab bahwasanya terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam artian, semakin tinggi kecerdasan emosional maka semakin rendah perilaku konsumtif membeli produk *fashion* yang dimunculkan.

#### **6. Pengaruh *Religiusitas* dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil penelitian pada responden yang berjumlah 365 mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah dianalisis menggunakan bantuan *IBM SPSS 20 for windows* untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim

Malang. Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda yaitu dengan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Artinya, terdapat pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Terbukti bahwa variabel *religiusitas* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, sebagaimana pendapat yang diungkapkan oleh Chatijah dan Purwadi (2007) yang menyatakan jika perilaku konsumtif dapat terjadi karena kemerosotan iman, maka cenderung melakukan hal-hal yang dilarang oleh agama seperti halnya membeli sesuatu dengan berlebih-lebihan atau cenderung berperilaku boros. Selain itu, kecerdasan emosional mampu mengontrol perilaku seseorang terutama perilaku konsumtif (Mahrunnisya, t.th). Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Goleman, bahwasanya individu dibekali oleh kemampuan untuk mengarahkan dan mengelola dirinya mulai dari perilaku maupun emosi yang dimunculkan (Otuedon, 2016). Lebih lanjut, menurut Etzioni manusia merupakan seorang *decision maker* dalam banyak hal terutama perilakunya yang dipengaruhi oleh nilai-nilai emosionalnya sehingga kecerdasan emosional sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan seseorang khususnya dalam melakukan konsumsi (dalam Fiqriyah et al., 2016)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan dianalisa menggunakan bantuan *IBM SPSS 20 for windows*, pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif memiliki koefisien regresi sebesar -0,464 dan

didapatkan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ) sehingga dapat dinyatakan bahwa *religiusitas* memiliki pengaruh terhadap yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ezzo dan Dibb (2004) yang menyatakan bahwa *religiusitas* adalah elemen kunci yang mempengaruhi perilaku dan keputusan pembelian. Penelitian ini menyatakan bahwa kepatuhan terhadap agama tertentu secara signifikan mempengaruhi perilaku belanja atau konsumsi seseorang.

Sebagaimana menurut Jalaluddin (2012) bahwa faktor yang mempengaruhi jiwa keagamaan seseorang adalah faktor internal dan eksternal. Di mana faktor internal tersebut terdiri dari faktor hereditas, tingkat usia, kepribadian dan kondisi jiwa seseorang. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas faktor lingkungan keluarga, faktor lingkungan institusional dan faktor lingkungan masyarakat yang mana faktor-faktor tersebut mampu berperan dalam meningkatkan *religiusitas* dalam diri individu.

Sedangkan untuk pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif memiliki signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ) sehingga dapat dinyatakan bahwa kecerdasan emosional mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini sesuai dengan pendapat Gutnik (dalam Karu-Salo, 2013) bahwasanya saat ini

banyak peneliti yang menaruh perhatian lebih terhadap pengaruh emosional pada pengambilan keputusan khususnya dalam hal pembelian atau konsumsi. Hal senada juga diungkapkan oleh Kotler bahwasanya emosi memiliki arti yang sangat penting untuk menjelaskan fenomena pemasaran. Pertama, emosi adalah konsekuensi dari kegiatan pemasaran dan kedua, emosi juga sebagai penyebab dan motivator untuk penalaran dan perilaku konsumsi (Karu-Solo, 2013).

Kemudian menurut Peter dan Krishnakumar (2010) menyatakan bahwa pembelian impulsif dapat digambarkan sebagai dorongan yang tidak terencana untuk membeli produk. Sebagaimana diketahui pembelian tanpa rencana merupakan salah satu aspek daripada perilaku konsumtif (Lina dan Rasyid, 1997). Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Verplanken menunjukkan bahwa seseorang yang terlibat dalam pembelian tanpa rencana sebagian besar karena alasan afektif (Peter dan Krishnakumar, 2010).

Kecenderungan perilaku konsumsi yang terjadi saat ini biasanya suka bersikap boros di mana hal ini sering dilakukan oleh remaja. Sikap boros tersebut dilakukan dalam bentuk pembelian barang-barang seperti halnya produk-produk *fashion*. Menurut Troxell dan Stone (dalam Savitrie, 2008) *fashion* adalah gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas anggota sebuah kelompok dalam satu waktu tertentu. *Fashion* juga mampu mempengaruhi apa yang kita kenakan, kita makan, bagaimana kita hidup dan bagaimana kita memandang diri sendiri. Dalam hal ini remaja adalah

masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa sehingga memunculkan berbagai perubahan sikap dan perilaku. Seorang remaja akan sangat memperhatikan penampilan fisiknya sehingga keinginan untuk memperbaiki penampilan akan terus muncul (Santrock, 2012).

Sebagaimana diketahui menurut Mayer dan Salovey (dalam Peter dan Krishnakumar, 2010) kecerdasan emosional merupakan kemampuan yang secara bersama-sama memungkinkan individu untuk memahami, menggunakan, memahami dan mengelola emosi dalam diri sendiri dan orang lain guna mencapai tujuan yang produktif maupun positif. Berdasarkan paparan tersebut dapat diungkapkan bahwasanya perilaku konsumsi seseorang mampu dikontrol dan dikendalikan dengan kecerdasan emosional yang dimiliki (Mahrunnisya, t.th).

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan menggunakan bantuan *IBM SPSS 20 for windows* dengan perhitungan analisis linier berganda di peroleh *R Square* sebesar 0,112. Dalam artian *religiusitas* dan kecerdasan emosional secara bersama-sama memberikan sumbangan pengaruh sebesar 18,5% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan sisanya 81,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan uji hipotesis yang telah terjawab dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut,

##### 1. Tingkat *Religiusitas*

Tingkat *religiusitas* mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat *religiusitas* kategori sedang sebanyak 64% dengan jumlah 234 mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menanamkan nilai-nilai keagamaan dalam dirinya mampu dipastikan bahwa mahasiswa mampu mengarahkan dirinya untuk melakukan hal-hal yang lebih positif dan berupaya terhindar dari hal-hal yang merugikan dirinya.

##### 2. Tingkat Kecerdasan Emosional

Tingkat kecerdasan emosional mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang mayoritas berada dalam kategori sedang dengan persentase 62%. Hal ini mengindikasikan jika mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly cukup mampu untuk mengontrol diri, mengendalikan dorongan, mengontrol stress dan mampu memahami kondisi orang lain.

### 3. Tingkat Perilaku Konsumtif

Tingkat perilaku konsumtif emosional mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ditemukan sebesar 45% atau 165 mahasantri dari 365 mahasantri dalam kategori rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly masih mampu mengendalikan pengeluaran mereka dalam melakukan aktivitas konsumsi dalam membeli produk-produk *fashion*. Tingkat perilaku konsumtif ditinjau dari jenis kelamin dapat dinyatakan tidak terdapat perbedaan yang signifikan baik laki-laki dan perempuan. Begitupun dengan asal sekolah mahasantri juga tidak ada perbedaan yang signifikan baik yang berasal dari pondok pesantren maupun sekolah umum.

### 4. Pengaruh *Religiusitas* Terhadap Perilaku Konsumtif

Adanya pengaruh negatif yang signifikan antara *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif dengan nilai ( $\beta = -0,464$ ) dan signifikansi 0,000 ( $\text{sig} < 0,05$ ). Pengaruh negatif secara signifikan mempunyai arti bahwa semakin tinggi *religiusitas* maka semakin rendah perilaku konsumtif yang di munculkan, begitu juga sebaliknya semakin rendah *religiusitas* seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang dilakukan. Dengan demikian, hasil ini, mampu menjawab hipotesis bahwa

adanya pengaruh antara *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif sehingga hipotesis diterima.

#### 5. Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif

Kecerdasan emosional terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Berdasarkan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan bahwa terdapat pengaruh antara kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif dengan nilai ( $\beta = -0,353$ ) signifikansi 0,000 ( $\text{sig} < 0,05$ ). Pengaruh negatif dengan signifikan ini memiliki arti bahwa semakin tinggi kecerdasan emosional yang dimiliki maka semakin rendah perilaku konsumtif membeli produk *fashion* yang dimunculkan. Dengan demikian, dapat diartikan jika semakin tinggi kecerdasan emosional maka semakin rendah pula perilaku konsumtif yang ditimbulkan. Kemampuan mengendalikan emosi juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang terutama dalam hal membeli produk *fashion*. Hal ini dikarenakan adanya faktor eksternal yakni individu maupun lingkungan yang lain akan mempengaruhi individu untuk melakukan perilaku konsumtif. Oleh sebab itu, kecerdasan emosional dibutuhkan untuk mampu mengendalikan perilaku konsumtif membeli produk *fashion* dalam diri individu.

## 6. Pengaruh *Religiusitas* dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif

Secara bersama-sama *religiusitas* dan kecerdasan emosional mampu berpengaruh terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Religiusitas* dan kecerdasan emosional secara bersama-sama memberikan sumbangan pengaruh sebesar 18,5% terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa seseorang dengan *religiusitas* dan kecerdasan emosional yang baik akan mampu mengendalikan perilaku konsumtif membeli produk *fashion*.

### B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti sesuai dengan hasil dan proses penelitian.

#### 1. Pada subyek penelitian

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwasanya *religiusitas* dan kecerdasan emosional berpengaruh terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion*, maka dapat disarankan pada subyek untuk mampu meningkatkan *religiusitas* terutama dalam kemampuan pengetahuan tentang agama, mampu secara aktif mengikuti kegiatan keagamaan baik secara kelompok maupun individual, dan juga mampu meningkatkan kecerdasan

emosional seperti halnya mampu mengenali emosi diri, mampu mengelola emosi, mampu memberikan motivasi pada diri sendiri, dan mampu membina hubungan yang baik dengan orang lain dengan demikian individu mampu mengendalikan perilaku konsumtif membeli produk *fashion*. Subyek sebagai mahasiswa yang berlokasi di Kota Malang dengan segala kemudahan akses untuk melakukan pembelian sehingga diharapkan mampu menanamkan nilai-nilai *religiusitas* dan meningkatkan pemahaman akan kecerdasan emosional guna mencegah munculnya perilaku konsumtif khususnya dalam membeli produk *fashion*.

## **2. Pada Peneliti Selanjutnya**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diharapkan peneliti mampu lebih memfokuskan permasalahan penelitian dan lebih cermat dalam proses penelitian. Selanjutnya mampu menggali data lebih mendalam pada subyek serta lebih teliti dalam melakukan penelitian. Peneliti diharapkan mampu melakukan analisis lebih dalam terhadap data-data yang telah didapatkan dari subyek dengan di dampingi ahli-ahli di bidangnya. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas kajian penelitian pada pondok-pondok pesantren baik yang berkategori salaf maupun modern.

### 3. Pada Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly

Secara umum perilaku konsumtif ini mengarah pada perilaku boros yang mana mampu merugikan sehingga pada pihak ma'had disarankan untuk melakukan peningkatan terutama dalam *religiusitas* dan kecerdasan emosional yang ada pada diri mahasantri. Cara-cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *religiusitas* dan kecerdasan emosional adalah dengan mengembangkan kegiatan-kegiatan yang ada dalam lingkup ma'had khususnya mabna-mabna. Selain itu, diharapkan peran musryif-musryifah untuk intens dalam mendampingi mahasantri agar mahasantri mampu aktif dan termotivasi untuk senantiasa istiqomah dalam kegiatan-kegiatan yang menunjang *religiusitas* mahasantri itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N., & Majid, M. S. A. (2003). The Influence of Religiosity, Income and Consumption on Saving Behavior: The Case of International Islamic University Malaysia (Iium). *IQTISAD Journal of Islamic Economics*, 4(1), 37 - 55.
- Afiyanti, N.A., & M.N Suseno. *Hubungan Kecerdasan Spiritual dan Perilaku Konsumtif*. Diperoleh dari <http://repository.uui.ac.id/320/SK/I/0/00/001/001173/uui-skripsi-kecerdasan%20emosi-afiyanti%20-%2005320065-5766176839-abstract.pdf>. Diakses pada 24 Oktober 2017
- Agustian, A. G. (2001). *Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi dan Spiritual (ESQ)*. Jakarta: Arga Wijaya Persada.
- Amaliah, I., Julia, A., & Riani, W. (2015). Etika Konsumsi Islami dari Pegawai SMU di Kota Bandung. *MIMBAR*, 31, 41-50.
- Ancok, D. D., & Suroso, F. N. (2011). *Psikologi Agama*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Andin. (2016). Hubungan Interaksi Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI DI SMA N 6 Yogyakarta. *E-jurnal Bimbingan dan Konseling*.
- Anshari, E. S. (1979). *Agama dan Kebudayaan: Mukaddimah Sejarah Kebudayaan Islam*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Arifin, B. S. (2008). *Psikologi Agama* (D. M. A. Djaliel Ed.). Bandung: Pustaka Setia.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi VI ed.). Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, M. A. (2016). *Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.

- Djamari, D. H. (1993). *Agama Dalam Perspektif Sosiologi*. Bandung: Alfabeta.
- Dulewicz, V., & Higgs, M. (2000). Emotional Intelligence A Review and Evaluation Study. *Journal of Managerial psychology*, 15(4).
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(1).
- Essoo, N., & Dibb, S. (2004). Religious Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study. *Journal of Marketing Management*, 20, 683-712.
- Fiqriyah, R., Wahyono, H., & Inayati, R. u. (2016). Pengaruh Pengelolaan Uang Saku, Modernitas, Kecerdasan Emosional dan Pemahaman Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IIS MAN 1 Malang. *JPE*, Vol. 9.
- Foster, Bob. (2017). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Produk *Fashion* Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang Pelanggan Zalora serta Berrybenka. *Kontingensi*. Vol. 5, No. 1
- Generasi Milenial Cenderung Konsumtif*.  
(<http://ekonomi.metrotvnews.com/mikro/VNx3MADK-generasi-milenial-cenderung-konsumtif>). (online), diakses pada 24 Oktober 2017
- Goleman, D. (2004). *Emotional Intelligence (terjemahan)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Huber, S., & Huber, O. W. (2012). The Centrality of Religiosity Scale (CRS). *Religions*, 3, 710–724.
- idEA: Nilai Pasar E-commerce Indonesia Diprediksi Capai \$25 Miliar di Tahun 2016*. (<https://dailysocial.id/post/idea-e-commerce-indonesia-2016>). (online), diakses pada 8 Maret 2018
- Indarlia, R. (2016). *Pengaruh Kecerdasan Emosional (EQ), Literasi Ekonomi dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*. Universitas Negeri Malang, Malang.
- Jalaluddin, P. D. H. (2012). *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Jokowi: Perilaku Konsumtif Orang Beralih ke “Online”*.  
(<http://kompas.com/2017/08/jokowi:-perilaku-konsumtif-orang-beralih-ke-online/>). (online). Diakses pada 7 Februari 2018

- Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional Provinsi Jawa Timur.* (<http://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian-ekonomi-regional/jatim/Default.aspx>). (online), Diakses pada 04 April 2018
- Karu-Salo. (2013). *The Effect of Universal Emotions on Customer Behaviour*. Tesis. Department of Marketing: Estonian Business School
- Khandai, S., Bajpai, S., & Agarwal, B. (2014). Religion And Its Impact Upon Purchase Behavior: A Study Of Indian Consumers. *International Journal of Arts & Sciences*, 07(02), 521–534.
- Khoir, Ima Hikmatul. (2011). *Hubungan Antara Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maliki*. Malang. Skripsi (Tidak Diterbitkan). Fakultas Psikologi: UIN Malang
- Konsumerisme di Indonesia Peringkat ke-2 Dunia.* (<https://jurnal123.com/2015/01/konsumerisme-di-indonesia-peringkat-ke-2-dunia/>). (online), Diakses pada 15 November 2017
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Libbrecht, N., Beuckelaer, A. D., Lievens, F., & Rockstuhl, T. (2014). Measurement Invariance of the Wong and Law Emotional Intelligence Scale Scores: Does the Measurement Structure Hold across Far Eastern and European Countries?. *Applied Psychology: An International Review*, 63(2), 223–237.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika*, 4.
- Lopez, S. J. (2009). *The Encyclopedia of Positive Psychology*
- Mahrurnisya, D. *Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Konformitas Teman Sebaya Melalui Money Attitude Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja SMA Negeri Kota Bandar Lampung*.
- Maryam, Dawi. (2016). *Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Maliki Malang Angkatan 2013*. Skripsi (Tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Masyitoh, S. (2015). *Pengaruh Percaya Diri dan Kecerdasan Emosional Terhadap Keterampilan Mengajar*. Paper presented at the The 2<sup>nd</sup> International Conference on Education in Muslim Society, Tangerang Selatan.
- Megawati, P., & Yuwono, S. (2010). Hubungan Antara Kecerdasan Emosi dengan Stres Kerja Pada Perawat ICU dan Perawat IGD. *Indigenous*, 169-178.

- Meyer, H. R. (2007). *Manajemen Dengan Kecerdasan Emosional*. Bandung: Nuansa.
- Mowen, John C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Ed V. Jakarta: Erlangaa
- Mulyadi, Nitisusastro. (2012). *Perilaku Konsumen dalam perspektif kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Murni, D. (2016). Kecerdasan Emosional Menurut Al-Qur'an. *Jurnal Syhadah*, V(1), 95-117.
- Mushaf Al-Qur'an Terjemah & Asbabun Nuzul. Tashih (2009). Jakarta: CV. Al Hanan
- Moningka, C. (2006). *Konsumtif : Antara Gengsi dan Kebutuhan*. (Online) (<http://www.suarapembaruan.com/News/2006/12/13/Urban/urb02.htm>). Diakses pada 25 Oktober 2017.
- Otuedon, M. U. (2016). Emotions, Personality, Emotional Intelligence And Leadership In The Workplace: The Prevailing Attitude. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 4(3).
- Perilaku Konsumtif Picu Harga Melambung*. (<http://www.KOnline.com/2016/03/perilaku-konsumtif-picu-harga-melambung/>). (online), Diakses pada 7 Februari 2018
- Peter and Krishnakumar. (2010). Emotional Intelligence, Impulse Buying and Self Esteem; the Predictive Validity of Two Ability Measures of Emotional Intelligence. *Advances in Consumer Research*. Vol. 37, eds. Margaret C. Campbell, Jeff Inman and Rik Pieters, Duluth, Minnesota : Association for Consumer Research, Pages 877-878
- Prayitno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Mengolahnnya dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Presilia, D.P.,Junaidi H.M.,Rum R. (2013). *Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap perilaku Konsumtif Siswa di SMA*. Pontianak : Universitas Tanjungpura
- Purwadi, & Chatijah, S. (2007). Hubungan Antara *Religiusitas* dengan Sikap Konsumtif Remaja. *Jurnal Humanitas*, Vol. 4.
- Putri, A. P. (2017). *Perbedaan Perilaku Konsumtif Pada Guru Madrasah Ibtidaiyah Berdasarkan Status Sertifikasi dan Jenis Kelamin di Kementerian Agama Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang.

- Putri, S. A. (2017). *Pengaruh Norma Subyektif, Religiusitas dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslimah Pengguna Kartu Kredit*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya.
- Rachma, D. A. (2017). *Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Fashion Pakaian Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2015 UIN Maliki Malang.*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang.
- Regina, dkk. (2015). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Journal e-Biomedik*, Vol. 3 No. 1
- Rahayu, Dita. (2017). *Pengaruh Kontrol Diri dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi (Tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Retnawati, H. (2016). *Analisis Kuantitatif Instrumen Penelitian (Panduan Peneliti, Mahasiswa, dan Psikometrian)*. Yogyakarta: Parama Publishing
- Robertson, R. (1995). *AGAMA: dalam analisa dan interpretasi sosiologis* (A. F. Saifuddin, Trans.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development, Perkembangan Masa-Hidup* (Ed. 13 Jilid 2 ed.). New York: Erlangga.
- Savitrie, D. (2008). *Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif Pada Mahasiswi FE UI dan Pengunjung Butik N.y.l.a)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi: Universitas Indonesia
- Scharf, B. R. (2004). *Sosiologi Agama* (2 ed.). Jakarta: Prenada Media.
- Segoro, T. (2013). *Gaya Hidup Konsumtif Pada Santri Pondok Pesantren Modern*. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Setiaji, B. (1995). *Konsumerisme*. Akademika.
- Shapiro. (2013). *Mengajarkan Emotional Intelligence Pada Anak*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2006). *Consumer Behavior A European Perspective*
- Sriyono, H. (2017). The Effect of Emotional Intelligence and Student Learning Interest on the Achievement of Economic Learning at Madrasah Aliyah in Indonesia. *International Journal Of Environmental & Science Education*, 12.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsono. (2009). *Melejitkan IQ, EQ & SQ*. Jakarta: Ummah Publishing.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suparti. (2016). Mitigating Consumptive Behavior: The Analysis of Learning Experiences of Housewives. *International Education Studies*, Vol. 9(3).
- Thouless, R. H. (2000). *Pengantar Psikologi Agama* (H. Machnun, Trans.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. (2017). *Pedoman Pendidikan 2017*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Widhiarso, W. (2012). *Tanya Jawab tentang Uji Normalitas*. Pdf. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM
- Wijaya, T. (2010). *Analisis Multivariat*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Yusuf. (2006). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Zohar, D., & Marshall, I. (2001). *SQ : Kecerdasan Spiritual* (R. Astuti, A. N. Burhani & Baiquni, Trans.). Bandung: Misan Pustaka.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Skala Perilaku Konsumtif

**\*Apakah anda bersedia mengisi form dibawah ini?**

( YA ) (TIDAK )

**Nama** : .....

**Jenis Kelamin** : ( L ) / ( P ) \*coret yang tidak perlu\*

**Usia** : .....

**Mabna** : .....

**Alumni** : ( PONDOK PESANTREN ) / ( NON PONDOK PESANTREN )

\*coret yang tidak perlu\*

#### A. Petunjuk Pengerjaan

1. Bacalah petunjuk dengan cermat.
2. Berikut ini adalah pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan diri adik-adik. Mohon untuk menjawab semua pertanyaan dengan lengkap dan jangan sampai ada yang terlewatkan.
3. Angket ini tidak ada hubungannya dengan nilai akademik adik-adik, oleh karena itu, jawablah pernyataan-pernyataan dalam angket ini dengan sungguh-sungguh dan sejujur-jujurnya.
4. Jawablah pernyataan-pernyataan pada angket ini sesuai dengan keadaan diri adik-adik dengan memberi tanda centang (√) pada kolom jawaban yang tersedia dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

SS :Sangat Sesuai dengan pernyataan tersebut

S : Sesuai dengan pernyataan tersebut

TS : Tidak Sesuai dengan pernyataan tersebut

STS : Sangat Tidak Sesuai dengan pernyataan tersebut

5. Setelah semua pernyataan selesai dijawab, dimohon untuk dikumpulkan kembali angket ini.

NO.	ITEM	SS	S	TS	STS
1.	Saya mudah tertarik membeli barang (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) yang ditawarkan langsung oleh sales.				
2.	Ketika melihat barang (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) dan suka, saya langsung membelinya.				
3.	Saya mudah tertarik untuk membeli produk-produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) yang ditawarkan di toko-toko maupun <i>online shop</i> .				
4.	Saya akan segera membeli produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) ditawarkan oleh teman				
5.	Saya sering membeli produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) tanpa rencana				
6.	Saya mudah membeli produk (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) ketika ada diskon.				
7.	Saya membeli produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) yang sedang <i>trend</i> saat ini.				
8.	Saya harus memiliki barang (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) yang sedang digemari atau <i>tren</i> meskipun palsu/KW.				

9.	Saya berusaha mengikuti mode (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) yang sedang <i>trend</i> .				
10.	Saya membeli produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) yang kekinian agar tidak ketinggalan zaman.				
11.	Saya akan langsung membeli jika ada produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) yang baru muncul				
12.	Saya senang membeli produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) meskipun sudah memilikinya.				
13.	Saya senang membeli barang (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) meskipun tidak dibutuhkan.				
14.	Saya senang membeli barang (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) yang membuat citra diri meningkat.				
15.	Berbelanja adalah kegiatan yang menyenangkan bagi saya.				
16.	Saya senang membeli produk (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) yang terkenal di kalangan masyarakat.				
17.	Saya senang menggunakan produk (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) dengan merek yang berganti-ganti.				
18.	Saya mudah membeli berbagai produk (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) dengan merek berbeda meskipun mempunyai fungsi yang sama				

19.	Menurut saya, menghabiskan uang untuk membeli produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) adalah hal biasa				
20.	Saya mudah menggunakan uang saku untuk membeli produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) di mall maupun toko <i>online</i> .				
21.	Saya sering berbelanja di mall atau <i>online shop</i> untuk mengisi waktu luang.				
22.	Saya mampu menghabiskan sebagian uang untuk membeli produk (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) meskipun produk tersebut belum dibutuhkan.				
23.	Saya sering membeli produk (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) dengan harga yang mahal.				
24.	Saya menghabiskan uang untuk bersenang-senang dengan teman-teman.				
25.	Saya tidak memikirkan jumlah uang yang harus dikeluarkan untuk membeli barang yang di sukai.				
26.	Saya senang membeli barang (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) meskipun hanya akan dipakai sekali saja				
27.	Saya tidak mudah tertarik untuk membeli suatu produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) meskipun ada diskon.				

28.	Pada dasarnya saya sulit terpengaruh untuk membeli produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) meskipun teman menyarankannya.				
29.	Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli produk (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) meskipun memiliki uang.				
30.	Saya membeli produk (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) sesuai kebutuhan.				
31.	Saya mempertimbangkan dengan matang setiap kali membeli produk (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll).				
32.	Saya kurang tertarik untuk membeli barang (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) yang sedang <i>trend</i> .				
33.	Saya jarang mengikuti mode <i>fashionn</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) yang sedang digemari masyarakat umum				
34.	Saya mampu mengelola keuangan dengan baik				
35.	Saya membeli produk (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll) sesuai kebutuhan.				
36.	Menurut saya, menabung adalah hal yang sangat penting daripada membeli produk <i>Fashion</i> (baju, pakaian, hijab, sepatu, dll).				

**Lampiran 2. Skala *Religiusitas***

NO.	ITEM	SS	S	TS	STS
1.	Saya sering memikirkan tentang permasalahan agama				
2.	Saya senang mendapatkan informasi baru seputar keagamaan melalui sosial media, radio, televisi, surat kabar, atau buku.				
3.	Saya senang menghafal surat-surat dalam kitab suci Al-Qur'an.				
4.	Saya senang memahami makna dalam Al-Qur'an				
5.	Saya senang membaca Al-Qur'an setiap hari.				
6.	Saya sering mengikuti kajian keagamaan baik dalam kampus maupun di luar kampus				
7.	Saya senang mempelajari buku-buku tentang ajaran-ajaran agama khususnya agama Islam.				
8.	Saya selalu mengikuti Ta'lim Qur'an dan Ta'lim Afkar secara rutin.				
9.	Saya mampu meyakini bahwa Tuhan atau sesuatu yang Illahi itu ada.				
10.	Saya yakin akan adanya kehidupan setelah kematian.				
11.	Menurut saya, alam semesta ini adalah ciptaan Allah.				

12.	Saya yakin Allah selalu mengawasi dan menjaga seluruh makhluknya.				
13.	Saya yakin bahwa takdir semua makhluk telah ditentukan oleh Allah.				
14.	Saya meyakini ajaran-ajaran agama khususnya Islam				
15.	Saya mampu melaksanakan ibadah sehari-hari dengan baik.				
16.	Menurut saya, mengikuti kegiatan keagamaan (ta'lim, khotmil, dll) adalah sesuatu yang penting				
17.	Menurut saya, tergabung dalam organisasi keagamaan adalah hal yang penting.				
18.	Saya senang menolong orang lain yang membutuhkan				
19.	Berusaha memaafkan seseorang yang pernah menyakiti saya.				
20.	Saya merasa senang ketika menghadiri kegiatan keagamaan (shalawatan, khotmil, dll) meskipun tempatnya jauh.				
21.	Saya merasa nyaman dan tenang ketika sedang berdo'a				
22.	Saya merasa nyaman ketika sedang berdzikir kepada Allah				
23.	Do'a adalah sesuatu yang penting untuk diri saya.				
24.	Berdzikir merupakan kegiatan yang penting untuk dilakukan dalam agama khususnya Islam.				

25.	Saya senang melaksanakan ibadah (Shalat, Ta'lim, Khotmil Qur'an) di ma'had tanpa memerdulikan absensi.				
26.	Saya mampu melibatkan Tuhan dalam kegiatan sehari-hari				
27.	Saya merasa dekat dengan Allah ketika sedang melaksanakan ibadah (Shalat, dzikir, dll).				
28.	Saya berusaha berdo'a terlebih dahulu sebelum melakukan aktivitas tertentu.				
29.	Saya sering mengalami situasi bahwa Tuhan ikut campur dalam hidup ini.				
30.	Keberhasilan yang saya capai adalah karena Tuhan.				
31.	Saya merasa bahwa Tuhan mengungkapkan sesuatu kepada saya.				
32.	Saya merasa pernah mendapat berkah/keajaiban dari Tuhan.				
33.	Saya merasa bahwa Tuhan hadir dalam diri.				
34.	Saya merasa bahwa Tuhan mengabulkan do'a yang dipanjatkan.				
35.	Saya merasa Tuhan memberikan kasih sayangnya kepada diri ini.				

### Lampiran 3. Skala Kecerdasan Emosional

NO.	ITEM	SS	S	TS	STS
1.	Saya memiliki pemahaman yang baik tentang emosi saya sendiri.				
2.	Saya benar-benar mengerti apa yang saya rasakan.				
3.	Saya selalu tahu apakah saya bahagia atau tidak.				
4.	Saya mampu mengetahui penyebab munculnya rasa kecewa dalam diri.				
5.	Saya mengetahui penyebab munculnya rasa marah dalam diri.				
6.	Saya mampu menyadari penyebab timbulnya rasa sedih dalam diri.				
7.	Saya mampu mengetahui hal-hal yang membuat munculnya rasa kesal dalam hati.				
8.	Saya mengetahui penyebab munculnya rasa takut dalam diri				
9.	Saya mampu memahami penyebab timbulnya rasa bahagia dalam diri.				
10.	Saya tahu emosi teman-teman saya dari perilaku mereka.				
11.	Saya adalah pengamat yang baik dari emosi orang lain.				
12.	Saya peka terhadap perasaan dan emosi orang lain.				
13.	Saya mampu beradaptasi dengan cepat ketika berada dalam lingkungan baru.				

14.	Saya termasuk orang yang mudah bergaul dengan orang lain.				
15.	Ketika teman saya sedih/murung, saya akan berusaha menghiburnya.				
16.	Saya mampu menerima dan memahami pandangan orang lain ketika muncul perbedaan.				
17.	Saya mampu memikirkan tentang hal yang dapat membahagiakan orang lain.				
18.	Saya senang mendengarkan keluhan orang lain.				
19.	Saya selalu menetapkan tujuan untuk diri sendiri.				
20.	Saya selalu mencoba yang terbaik untuk mencapai kesuksesan di masa depan.				
21.	Saya selalu mengatakan pada diri saya sendiri bahwa saya adalah orang yang kompeten.				
22.	Saya adalah orang yang memiliki semangat berprestasi yang tinggi.				
23.	Saya selalu mendorong diri untuk mencoba yang terbaik.				
24.	Saya adalah orang yang selalu bekerja keras dalam hal apapun.				
25.	Saya memiliki semangat yang tinggi untuk meningkatkan kualitas diri.				
26.	Saya cenderung tidak suka menunda-nunda pekerjaan.				
27.	Saya memiliki antusiasme yang tinggi terhadap hal-hal baru.				

28.	Saya yakin terhadap kemampuan diri dalam menghadapi masalah.				
29.	Saya mampu mengendalikan amarah dalam situasi tertentu.				
30.	Saya mampu menangani permasalahan dengan tenang/kepala dingin.				
31.	Saya mampu mengendalikan emosi saya sendiri.				
32.	Saya memiliki kendali yang baik terhadap emosi saya sendiri.				
33.	Saya mampu bersabar ketika sedang di olok-olok teman				
34.	Saya berusaha untuk bersabar ketika permintaan saya tidak terkabulkan				
35.	Saya mudah mengatasi rasa sedih yang muncul dalam diri.				
36.	Saya mampu bersabar ketika teman membatalkan janji untuk pergi bersama.				

#### Lampiran 4. Uji Reliabilitas dan Validitas Skala Perilaku Konsumtif

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	28

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	40.6071	161.000	.370	.904
VAR00002	40.6016	161.915	.361	.904
VAR00003	40.4038	160.781	.379	.904
VAR00004	40.6978	158.592	.505	.902
VAR00005	40.4973	158.394	.436	.903
VAR00006	40.0989	160.596	.407	.903
VAR00007	40.4148	157.345	.544	.901
VAR00008	40.6538	154.965	.549	.901
VAR00009	40.4478	156.551	.541	.901
VAR00010	40.4698	155.589	.595	.900
VAR00011	40.5934	156.209	.559	.901
VAR00012	40.5440	155.968	.551	.901
VAR00013	40.6016	154.323	.610	.900
VAR00014	40.2967	155.807	.563	.901
VAR00015	40.1951	158.841	.451	.903
VAR00016	40.2940	156.197	.563	.901
VAR00017	40.2967	157.708	.543	.901
VAR00018	40.4725	158.277	.462	.903
VAR00019	40.6044	157.645	.461	.903
VAR00020	40.4863	158.465	.460	.903
VAR00021	40.6731	156.887	.510	.902
VAR00022	40.5989	157.629	.484	.902
VAR00023	40.7115	157.815	.485	.902
VAR00024	40.6951	158.780	.454	.903
VAR00025	40.7033	158.793	.448	.903
VAR00026	40.8654	159.158	.456	.903
VAR00027	41.0495	163.573	.311	.905
VAR00028	41.0577	163.316	.309	.905

### Lampiran 5. Uji Reliabilitas dan Validitas Skala Religiusitas

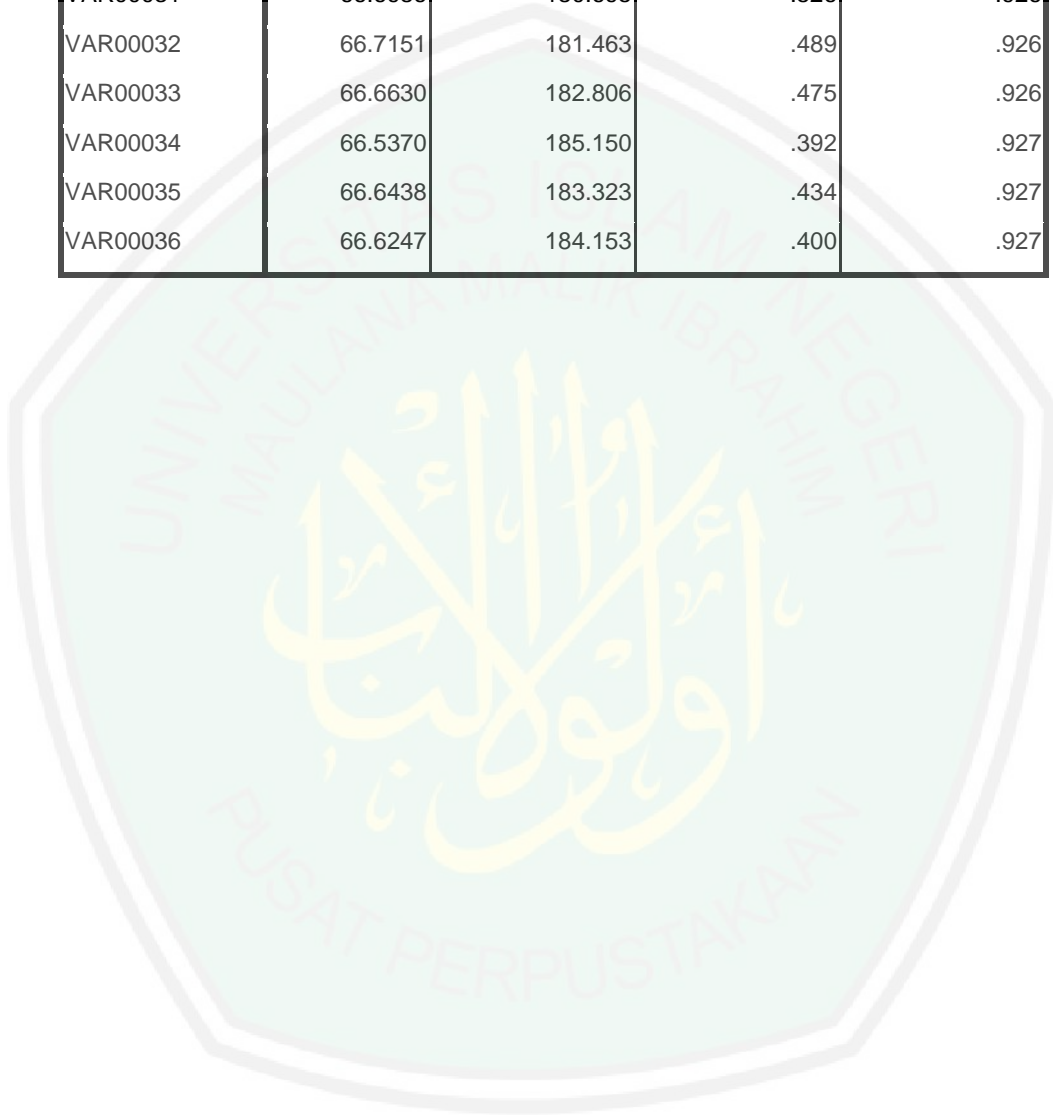
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	30

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00003	66.6548	185.029	.318	.928
VAR00004	66.7370	184.304	.326	.928
VAR00005	66.7205	183.229	.394	.927
VAR00006	66.7589	183.271	.392	.927
VAR00007	66.7918	183.341	.393	.927
VAR00008	66.7479	182.112	.455	.926
VAR00009	66.7288	182.088	.492	.926
VAR00010	66.8219	182.460	.451	.926
VAR00011	66.9918	179.431	.517	.926
VAR00012	66.8877	178.853	.561	.925
VAR00013	66.9945	180.813	.448	.927
VAR00014	66.9945	178.363	.559	.925
VAR00015	66.7781	180.635	.530	.926
VAR00016	66.7644	179.554	.610	.925
VAR00017	66.7425	178.186	.641	.924
VAR00018	66.7260	179.265	.558	.925
VAR00019	66.6301	179.410	.589	.925
VAR00020	66.5671	181.427	.517	.926
VAR00021	66.7699	177.430	.638	.924
VAR00022	66.6822	177.943	.618	.924
VAR00023	66.6575	179.671	.563	.925
VAR00024	66.6986	179.903	.547	.925
VAR00025	66.5973	181.280	.530	.926
VAR00026	66.8219	178.301	.599	.925
VAR00027	66.6548	179.897	.565	.925

VAR00028	66.6384	180.352	.593	.925
VAR00029	66.7096	182.218	.484	.926
VAR00030	66.7123	180.898	.528	.926
VAR00031	66.6986	180.695	.526	.926
VAR00032	66.7151	181.463	.489	.926
VAR00033	66.6630	182.806	.475	.926
VAR00034	66.5370	185.150	.392	.927
VAR00035	66.6438	183.323	.434	.927
VAR00036	66.6247	184.153	.400	.927



### Lampiran 6. Uji Reliabilitas dan Validitas Skala Kecerdasan Emosional

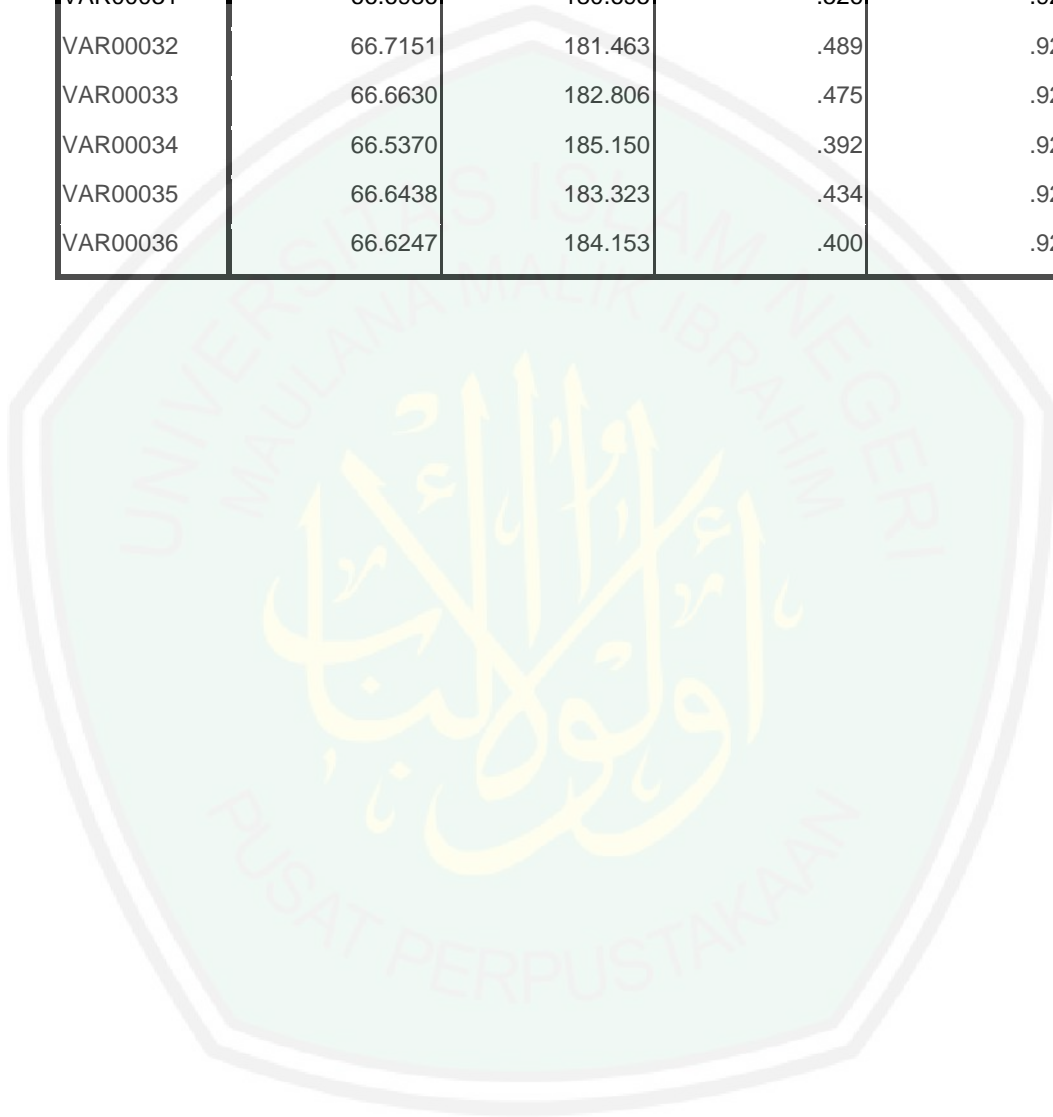
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	34

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00003	66.6548	185.029	.318	.928
VAR00004	66.7370	184.304	.326	.928
VAR00005	66.7205	183.229	.394	.927
VAR00006	66.7589	183.271	.392	.927
VAR00007	66.7918	183.341	.393	.927
VAR00008	66.7479	182.112	.455	.926
VAR00009	66.7288	182.088	.492	.926
VAR00010	66.8219	182.460	.451	.926
VAR00011	66.9918	179.431	.517	.926
VAR00012	66.8877	178.853	.561	.925
VAR00013	66.9945	180.813	.448	.927
VAR00014	66.9945	178.363	.559	.925
VAR00015	66.7781	180.635	.530	.926
VAR00016	66.7644	179.554	.610	.925
VAR00017	66.7425	178.186	.641	.924
VAR00018	66.7260	179.265	.558	.925
VAR00019	66.6301	179.410	.589	.925
VAR00020	66.5671	181.427	.517	.926
VAR00021	66.7699	177.430	.638	.924
VAR00022	66.6822	177.943	.618	.924
VAR00023	66.6575	179.671	.563	.925
VAR00024	66.6986	179.903	.547	.925
VAR00025	66.5973	181.280	.530	.926
VAR00026	66.8219	178.301	.599	.925
VAR00027	66.6548	179.897	.565	.925

VAR00028	66.6384	180.352	.593	.925
VAR00029	66.7096	182.218	.484	.926
VAR00030	66.7123	180.898	.528	.926
VAR00031	66.6986	180.695	.526	.926
VAR00032	66.7151	181.463	.489	.926
VAR00033	66.6630	182.806	.475	.926
VAR00034	66.5370	185.150	.392	.927
VAR00035	66.6438	183.323	.434	.927
VAR00036	66.6247	184.153	.400	.927



## Lampiran 7. Uji Linieritas

### Pengaruh *Religiusitas* terhadap perilaku konsumtif

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PK * RE	Between Groups	(Combined)	10188.035	45	226.401	1.403	.052
		Linearity	1116.025	1	1116.025	6.916	.009
		Deviation from Linearity	9072.010	44	206.182	1.278	.122
	Within Groups		51477.570	319	161.372		
Total			61665.605	364			

### Pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PK KE1	Between Groups	(Combined)	12637.008	53	238.434	1.512	.017
		Linearity	2582.368	1	2582.368	16.381	.000
		Deviation from Linearity	10054.640	52	193.358	1.227	.150
	Within Groups		49028.598	311	157.648		
Total			61665.605	364			

## Lampiran 8. Uji Normalitas

### Uji Normalitas Variabel *Religiusitas*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		15/RE
N		365
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	81.5945
	Std. Deviation	11.84098
	Absolute	.070
Most Extreme Differences	Positive	.061
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		1.332
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Uji Normalitas Variabel Kecerdasan Emosional

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		16/KE1
N		365
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	4.2704
	Std. Deviation	.18508
	Absolute	.057
Most Extreme Differences	Positive	.056
	Negative	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		1.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.181

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Uji Normalitas Variabel Perilaku Konsumtif

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		14/PK
N		365
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	6.4139
	Std. Deviation	1.01855
	Absolute	.045
Most Extreme Differences	Positive	.044
	Negative	-.045
Kolmogorov-Smirnov Z		.854
Asymp. Sig. (2-tailed)		.459

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Lampiran 9. Uji Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.430 <sup>a</sup>	.185	.180	11.78551	.185	41.057	2	362	.000

a. Predictors: (Constant), Kecerdasan emosional, Religiusitas

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

c. Weighted Least Squares Regression - Weighted by KE

## Lampiran 10. Uji Beda

### Jenis Kelamin

**Group Statistics**

	JK	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
re	1.00	103	65.9612	10.90954	1.07495
	2.00	262	67.3168	10.95003	.67649
ke	1.00	103	61.7184	11.15173	1.09881
	2.00	262	60.2405	10.99597	.67933
pk	1.00	103	42.1359	13.61303	1.34133
	2.00	262	41.9924	12.79996	.79078

**Independent Samples Test**

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
re	.049	.826	-	363	.287	-	1.27216	-	1.14610
			6	187.	.287	-	3.85736	-	1.14991
ke	.016	.899	1.06	312	.287	1.35563	1.27010	3.86117	1.14991
			7	363	.250	1.47799	1.28394	1.04691	4.00288
pk	1.066	.303	1.15	363	.250	1.47799	1.28394	1.04691	4.00288
			1	184.	.254	1.47799	1.29185	1.07073	4.02670
ke	.016	.899	1.14	350	.254	1.47799	1.29185	1.07073	4.02670
			4	363	.925	.14356	1.51579	2.83728	3.12439
pk	1.066	.303	.095	363	.925	.14356	1.51579	2.83728	3.12439
			1	176.	.927	.14356	1.55708	2.92930	3.21641
ke	.016	.899	1.15	363	.250	1.47799	1.28394	1.04691	4.00288
			1	184.	.254	1.47799	1.29185	1.07073	4.02670
pk	1.066	.303	.095	363	.925	.14356	1.51579	2.83728	3.12439
			1	176.	.927	.14356	1.55708	2.92930	3.21641

## Alumni

### Group Statistics

	Asal	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
re	3.00	171	66.8129	11.21134	.85735
	4.00	194	67.0412	10.72445	.76997
ke	3.00	171	61.4503	11.19672	.85623
	4.00	194	59.9588	10.89033	.78188
pk	3.00	171	42.0175	12.94171	.98968
	4.00	194	42.0464	13.11420	.94154

### Independent Samples Test

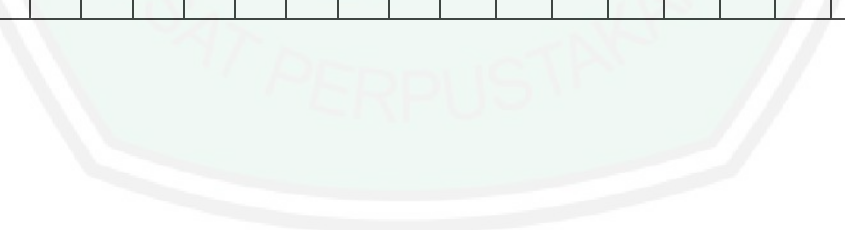
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
									Lower	Upper	
re	Equal variances assumed	.131	.718	-.199	363	.843	-.22837	1.14912	2.48815	-	2.03140
	Equal variances not assumed			-.198	352.712	.843	-.22837	1.15235	2.49471	-	2.03797
ke	Equal variances assumed	.075	.784	1.289	363	.198	1.49153	1.15748	-	-0.78469	3.76775
	Equal variances not assumed			1.286	354.562	.199	1.49153	1.15951	-	-0.78886	3.77192
pk	Equal variances assumed	.293	.589	-.021	363	.983	-.02885	1.36715	2.71737	-	2.65968
	Equal variances not assumed			-.021	358.391	.983	-.02885	1.36600	2.71524	-	2.65754

**Lampiran 11. Input Skala Perilaku Konsumtif**

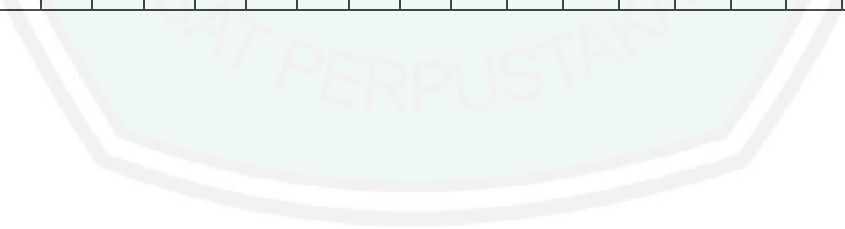
Jenis Kelamin	Alumni	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	item 14	item 15	item 16	item 17	item 18	item 19	item 20	item 21	item 22	item 23	item 24	item 25	item 26	item 27	item 28	
3	4	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	53
3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	52
3	4	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	1	4	3	45
3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	61
3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	59
3	4	2	2	3	2	4	2	3	1	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	43
3	4	1	3	4	3	4	4	4	1	4	4	3	2	1	1	4	2	4	1	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	54
3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	51
3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	42
3	4	1	1	1	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	4	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	42
3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	59
3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	65
3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	2	4	3	3	2	4	4	4	3	3	2	2	1	2	2	54
3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	2	2	48

3	4		3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	5
3	4		2	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	5
3	4		3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4
2	4		2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	4
3	4		3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4
3	4		3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	4	2	2	5
3	4		4	3	3	4	1	4	2	3	1	4	3	3	2	2	4	3	2	2	3	2	4	3	3	3	2	4	1	2	4
3	4		1	3	3	2	4	4	4	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	4
3	4		2	3	3	2	2	2	3	3	2	4	1	3	3	2	2	4	4	1	3	3	2	2	3	3	4	2	2	2	4
3	4		3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	6
3	4		3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	6
3	4		3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	1	6
3	4		1	1	1	2	2	2	3	2	1	3	2	2	1	1	1	3	2	3	2	1	1	2	2	2	3	4	2	2	3
3	4		3	3	3	2	3	4	3	1	2	3	3	1	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4
3	4		2	3	2	2	2	3	2	1	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4
3	4		2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3
3	4		2	2	3	2	4	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	4
3	4		2	2	2	2	3	4	3	2	2	2	2	1	1	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	4

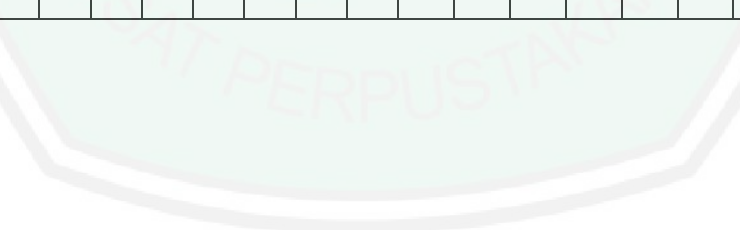
OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



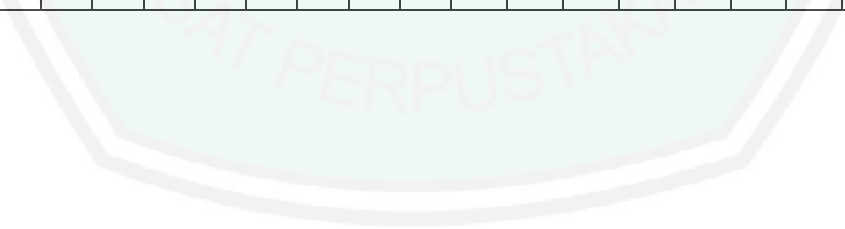
3	4		3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	2	2	2	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	4	5	
3	4		3	2	3	2	3	4	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	8
3	4		3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2
3	4		2	2	3	2	2	3	2	1	2	1	1	2	2	1	3	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	6
3	4		3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7	1
3	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	3	1	
3	4		2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	6
3	4		3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	5	1
2	4		3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	7
3	4		4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	4	2
3	4		2	1	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3
2	4		2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	2	2	2	2	5	7	
2	4		2	2	3	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	4	6	
2	4		3	2	1	1	1	4	2	1	3	1	3	1	1	3	4	4	2	1	3	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	3	6	6	
2	4		4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	6	4	
2	4		4	3	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	2	1	4	4	4	3	1	1	2	2	2	2	5	3		
2	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	3		
2	4		2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	6		



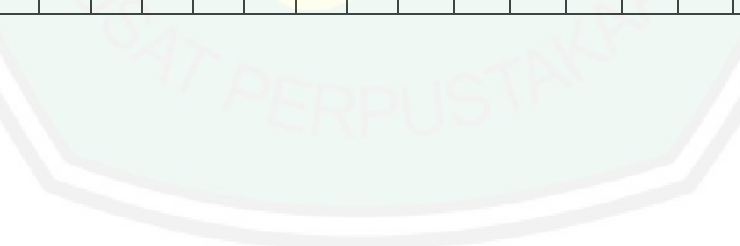
2	4		2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	3
2	4		2	2	1	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	1	3	2	3	3	2	2	4
2	4		2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	2	3
3	4		2	3	3	2	2	4	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4
2	4		2	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4
2	4		2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	1	2	2	2
2	4		2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4
2	4		2	2	3	1	1	4	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	3
2	4		2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	1	2	3	3	3	2	3	2	3	1	2	2	2	2	4
2	4		2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
2	4		2	2	2	2	1	3	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3
2	4		2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	4
2	4		1	1	1	1	1	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	1	3	3	3	1	1	2	4
2	4		2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	1	1	3	2	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	4
2	4		2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	2	4
2	4		2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	4
2	4		2	3	3	2	2	4	4	3	2	4	2	4	2	3	4	4	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	5
2	4		1	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	4



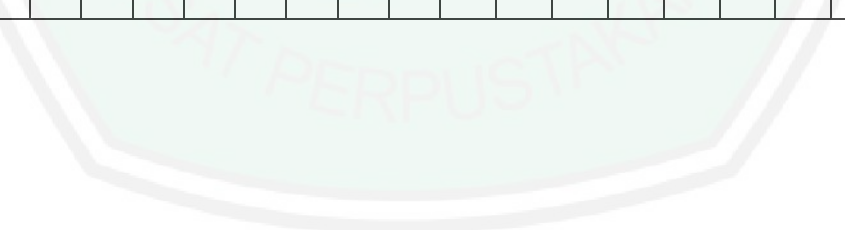
2	4		4	3	4	3	2	4	4	2	3	3	2	1	1	3	4	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	4	2
2	4		2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	2	3	5	3	3
2	4		3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	7	1
2	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	3	2	
2	4		2	2	2	2	2	4	3	1	3	2	2	1	1	1	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	3	4
2	4		1	2	2	2	1	2	2	4	4	3	3	4	4	3	1	4	3	1	1	3	1	1	1	3	3	3	2	2	4	8
2	4		2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	2	4	4	1	1	3	3	2	3	3	2	2	2	5	1
2	4		2	2	2	2	3	3	3	4	4	2	2	2	4	4	4	3	4	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	4	8
2	4		1	1	1	1	3	3	3	4	2	3	2	1	3	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	1	2	4	5
2	4		2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	2	2	4	3	2	4	2	2	2	2	2	4	9
2	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	4	2	2	2	1	1	4	4
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	4	7
2	4		2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	2	3	2	3	2	2	5	3
2	4		2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	3	3	3	2	4	2	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3
2	4		4	3	2	1	4	4	3	2	1	4	3	2	1	2	3	4	3	2	1	2	4	3	2	1	2	3	2	1	4	2
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	2	1	2	3	6	2
2	4		2	1	1	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	9
2	4		3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	6	2



2	4		4	3	3	1	1	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	4	1	1	2	4	2	2	2	1	2	1	4	3	
2	4		2	2	2	3	1	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	2	3	2	3	2	1	4	8	
2	4		4	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	2	6	6	
2	4		2	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	2	4	2	3	4	2	3	3	2	2	5	7	
2	4		4	3	4	3	2	3	3	2	1	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	2	6	3
2	4		3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	6	6
2	4		4	2	3	4	1	4	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	5	8	
2	4		4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	3	2	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	1	5	8
3	4		2	2	2	2	3	4	2	4	2	2	4	3	4	4	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	6	
2	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	2	2	3	8	
2	4		1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	7		
2	4		3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	4	4	
2	4		4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	4	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	2	4	2	2	5	9	
2	4		1	3	3	2	2	2	3	1	3	3	2	4	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	4	
2	4		4	4	4	3	2	4	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	2	2	6	3	
2	4		4	3	2	1	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	5	4
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	7	8	
2	4		4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	2	2	5	9	

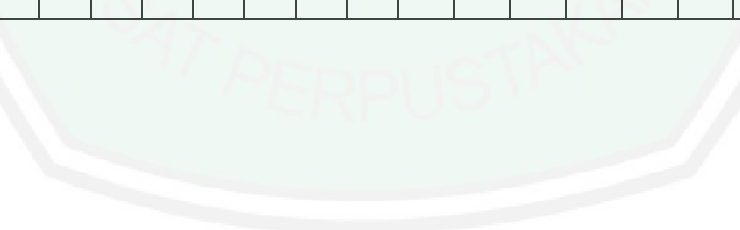


2	4		3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	2	2	1	2	3	4	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	5
2	4		3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	2	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	5
2	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	5	
2	4		2	2	1	1	1	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	5	
2	4		3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	4	2	2	4	1	4	2	2	1	2	4	3	2	2	2	2	2	4	
2	4		2	2	1	3	2	1	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	3	
2	4		2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	3	2	2	2	3	
2	4		3	3	3	3	1	4	3	1	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	4	
2	4		2	2	1	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	3	
2	4		1	2	2	2	1	3	2	2	1	2	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	1	3	3	1	3	2	3	2	2	4	
2	4		3	2	3	2	3	4	2	1	2	2	2	1	1	1	3	2	2	3	1	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	
2	4		1	2	2	2	2	3	2	1	3	3	2	4	4	2	2	2	4	4	4	3	3	2	4	4	4	2	2	2	1	4	
2	4		2	2	3	2	3	2	1	2	4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	
3	4		2	3	2	2	3	4	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	
2	4		3	3	2	3	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	5	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	5	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	

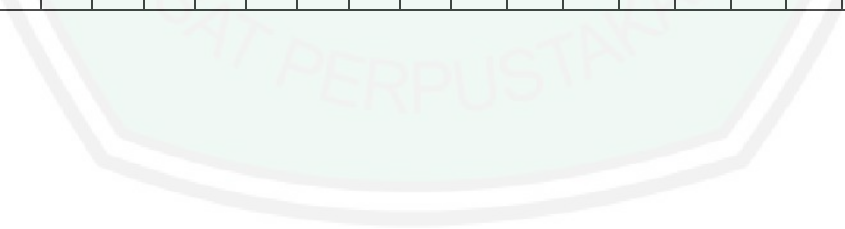




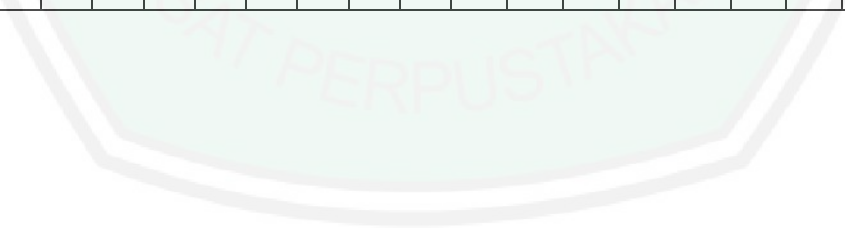
3	4		1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	1	2	2	1	1	1	1	3
3	4		1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3
3	4		3	3	3	4	3	3	2	1	1	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	4
3	4		2	2	2	2	2	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	4	4	4	4	3	3	2	2	2	4
3	4		2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	3	3	2	2	3	4	1	2	3	2	1	1	4
3	4		3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	1	4
3	4		2	2	2	4	4	2	4	4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3	3	3	2	5
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	7
3	4		4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	7
3	4		4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	2	7
3	4		4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	4	2	2	4	2	1	2	3	3	3	2	2	3	2	2	1	4
3	4		2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	3	2	3	2	4	3	2	2	5
3	4		2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	1	4
3	4		3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	1	3	1	3	1	1	2	2	4
3	4		3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	3	2	2	3	1	1	3	1	1	1	1	1	3
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	1	4
3	4		2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	4	2	3	3	2	4	3	2	1	4
3	4		3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	1	4



3	4		4	4	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	1	3	1	3	1	3	1	1	2	1	4	6	
3	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4
3	4		3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	2	1	2	1	1	4	4	
3	4		2	3	3	2	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	4	6	
3	4		3	2	3	1	2	3	3	1	3	2	2	2	1	4	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	4	9	
3	4		2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	3	2	3	3	1	3	3	3	1	3	3	2	3	3	2	2	4	5	
3	4		2	3	2	2	2	4	3	2	3	3	2	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	4	7	
3	4		2	2	3	2	2	4	3	2	2	3	2	2	1	1	4	3	2	1	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	4	3	
3	4		2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	2	2	4	5	
3	4		2	3	4	2	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	5	1	
3	4		2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	7	
2	4		2	1	2	2	3	2	1	2	1	3	2	4	3	2	1	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	
2	4		2	1	4	1	4	4	4	1	4	3	2	4	4	2	1	4	4	1	4	2	2	2	1	2	3	2	1	1	4	3	
2	4		2	1	2	1	2	1	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	3	5	1
2	4		1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	3	2	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
2	4		2	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	1	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	4	5
2	4		2	2	1	2	2	2	3	1	3	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	4	3
3	4		4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	1	4	2	2	2	2	1	4	3	3	2	2	6	1

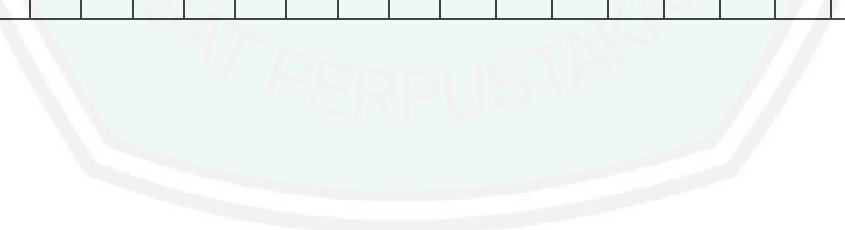


2	4		1	3	4	2	2	3	1	1	1	1	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2	4	2	2	2	4
3	4		2	2	2	2	3	3	2	1	1	1	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	2	2	3	3	2	2	2	4
2	4		2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	4	3	4	2	2	4	2	2	2	4	3	2	3	3	2	2	2	4
2	4		1	2	3	1	2	4	2	2	3	2	4	4	2	4	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3	4	2	3	5
2	4		4	2	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	3	4	4	3	3	4	1	3	2	3	3	3	3	4	2	3	6
2	4		2	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	4
2	4		2	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4
2	4		1	2	3	1	2	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	1	3	2	4	2	3	3	3	2	2	5
2	4		1	3	3	1	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	1	4
2	4		2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	4
2	4		4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	5
2	4		3	2	3	3	4	3	2	1	2	3	1	1	1	2	2	2	3	2	1	2	1	2	3	2	2	2	1	1	3
2	4		4	3	2	4	3	4	3	2	3	2	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	4
3	4		3	4	4	3	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4
3	4		2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	2	3	2	2	1	3	1	1	3	2	3	3	2	2	4
3	4		1	4	1	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	4	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	4
3	4		2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	1	4
3	4		2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	3



3	4		2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	2	4	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	4	8				
3	4		2	2	1	1	3	3	2	1	1	1	2	2	1	3	2	1	3	3	1	1	3	3	1	3	2	3	2	2	2	3	7			
3	4		2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	1			
3	4		2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	3	4	3	1	1	1	1	3	3	1	2	2	4	6			
3	4		2	2	2	2	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	4	3			
3	4		2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	4	3	3	4	3	2	4	2	3	2	3	2	2	2	4	5			
3	4		3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	1	1	3	2	1	2	2	4	5			
3	4		2	2	2	2	4	3	4	2	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	2	2	2	2	5	6		
3	4		2	3	3	2	4	4	4	4	2	4	2	2	1	4	2	2	2	4	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	5		
3	4		4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2	2	6	7		
3	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	8	
3	4		1	1	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	1	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	5	9	
3	4		4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	2	3	1	3	1	3	1	3	2	2	3	2	2	5	9	
3	4		2	3	3	2	3	4	2	2	1	1	1	4	2	4	4	2	2	4	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	4	5		
3	4		4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	3	3	2	2	2	2	4	5		
3	4		2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	2	2	4	4		
3	4		2	3	4	2	4	4	3	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	4	4	
3	4		3	3	3	3	2	3	4	4	4	2	2	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	2	2	6	4	

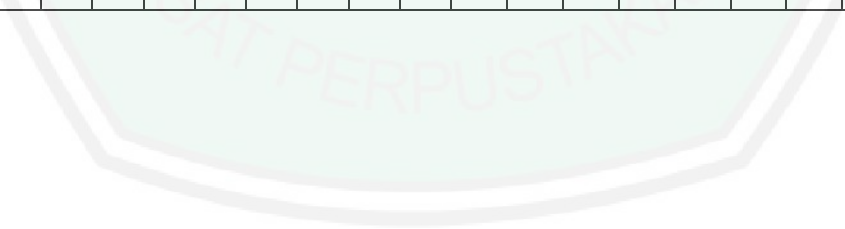
OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



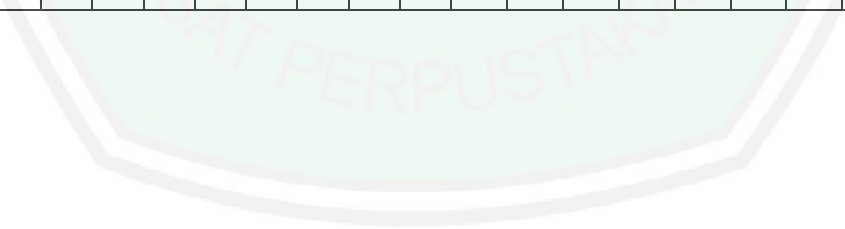


3	4		3	2	4	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	4	3	
3	4		2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	1	1	1	2	2	1	3	2	1	3	4	1	
3	4		3	2	4	2	2	4	4	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	1	1	1	2	4	4	
3	4		2	2	3	2	2	4	3	2	3	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	8
3	4		2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	1	3	1	3	3	1	3	3	1	3	3	4	8	
3	4		2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	4	7
3	4		4	4	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	6
3	4		3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	3	3	1	1	1	4	4	
3	4		2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	5	
3	4		2	2	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	2	4	4	4	2	1	4	2	4	4	1	3	4	3	4	3	6	2
3	4		4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	7	3
3	4		1	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	4	4
3	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	3	4	2	2	4	8
3	4		2	2	3	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	3	3	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	5	2
3	4		1	2	2	1	1	3	2	4	2	1	4	2	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	1	4	1	4	4
3	4		2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4
3	4		3	3	4	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	7
3	4		3	3	4	2	2	3	4	3	4	2	2	2	2	3	3	3	4	4	1	4	3	1	2	1	1	1	1	1	4	2

OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

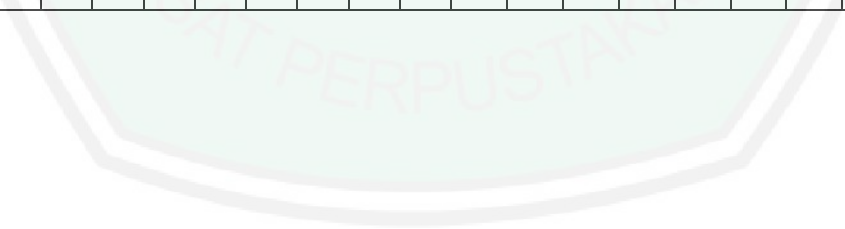


3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	2	3	8	
3	4		3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	4	4	2	4	2	4	4	3	2	4	5	3	
3	4		2	2	4	2	3	3	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	3	6	
3	4		2	4	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	4	3	
3	4		3	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	2	2	1	1	3	1	3	1	3	1	3	3	5	
3	4		2	2	4	2	3	3	2	1	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	1	1	4	4	
3	4		3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1	4	9
3	4		3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	4
3	4		2	2	3	4	3	3	4	2	4	2	4	4	2	4	2	2	4	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	5	2	
3	4		2	2	4	4	4	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	4	5	
3	4		4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	3	4	3	2	4	2	4	4	2	2	3	3	3	6	4	
3	4		2	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	2	3	4	2	4	3	1	3	2	3	2	1	3	3	2	3	5	3	
3	4		1	2	3	2	4	3	4	2	3	4	4	3	4	2	1	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	9	
3	4		2	4	2	1	1	3	2	1	4	2	4	3	1	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	4	4	
3	4		3	1	2	3	3	3	2	1	1	1	2	3	2	4	4	3	2	2	4	3	2	2	2	3	3	1	3	1	3	4	9
2	4		3	2	2	2	1	3	2	2	3	3	1	2	2	3	3	2	3	3	1	2	2	2	2	3	3	2	3	3	1	4	6
3	4		2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	8	
3	4		2	3	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	1	1	1	1	2	2	1	1	4	8	

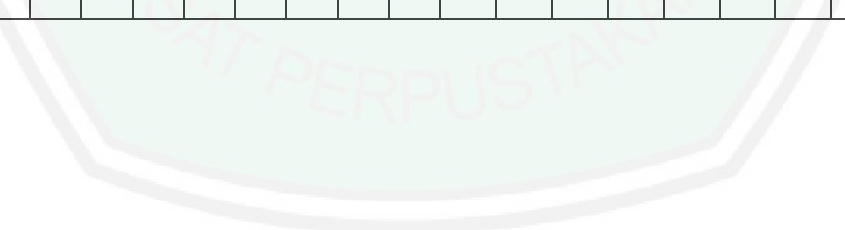


3	4		3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	1	4
3	4		3	3	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	1	4
3	4		4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	7
3	4		2	1	1	1	1	3	1	3	3	1	3	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3	3	4
3	4		3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4
3	4		3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	1	1	1	1	2	1	4
3	4		4	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4
3	4		4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	6
3	4		2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	2	3	3	2	4
3	4		3	2	3	2	1	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	4	3	1	1	1	3	4	2	2	1	1	1	3	4
3	4		2	4	2	4	3	4	2	2	4	2	4	3	3	4	2	2	4	3	3	4	2	2	4	3	3	2	3	2	5
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	4
3	4		4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	2	2	3	5
2	4		1	2	2	2	2	1	3	1	3	2	2	3	3	4	3	4	2	4	1	2	1	1	2	3	3	2	2	1	4
3	4		4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	1	2	1	1	1	1	2	4
2	4		3	2	2	1	1	1	2	2	1	2	3	1	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4
3	4		2	2	2	2	2	4	2	1	2	2	2	3	1	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	2	4	2	2	3	4

OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



3	4		3	3	3	3	3	3	4	1	3	2	3	1	1	3	1	2	3	2	4	2	3	4	2	2	3	2	2	1	4	
3	4		2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	1	2	2	3	3	3	4	2	2	4	2	4	2	4	1	1	3	3	4	
3	4		3	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	4	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	4	3	3	
2	4		3	4	4	4	2	4	2	4	4	2	3	2	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	1	4	6	
3	4		4	4	4	2	4	4	4	3	4	1	4	4	2	3	4	4	2	2	2	4	3	3	3	3	2	2	2	2	5	
3	4		3	2	3	2	3	4	2	2	2	1	2	1	1	1	3	2	2	1	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	4	
3	4		2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	2	4	2	2	2	3	2	2	5	
3	4		2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2	2	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	3	
3	4		2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	
3	4		2	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	1	3	
3	4		3	3	3	3	2	4	2	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	1	1	2	2	5
3	4		3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	1	1	2	2	6	
3	4		3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	1	2	3	4	3	4	2	3	4	4	2	4	3	2	3	3	4	
3	4		4	4	3	4	4	3	2	4	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	1	1	2	4	1	4	1	1	2	2	5
3	4		2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	1	2	2	4	
3	4		3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	4	3	1	2	2	2	4	
3	4		2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	4
3	4		3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	1	3	3	2	2	4	

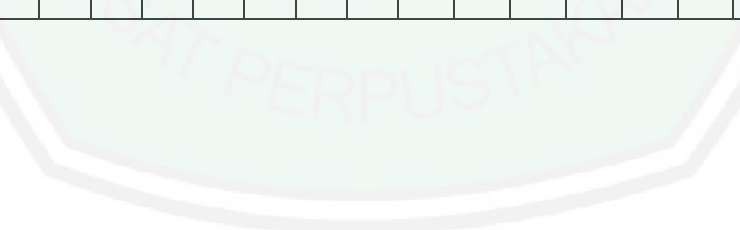


3	4		3	3	3	3	1	2	1	1	2	1	1	2	1	4	3	2	4	1	4	1	1	4	3	1	3	1	3	3	4	
3	4		2	2	2	1	1	2	1	4	2	2	4	2	4	4	1	4	2	1	2	2	1	2	3	1	1	1	1	1	3	
3	4		2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	1	3	2	2	4	
3	4		2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	1	4	3	3	1	3	3	2	3	2	2	4	4	2	2	4	
3	4		3	2	4	1	3	3	3	1	3	3	2	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	4	
3	4		3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3
3	4		3	2	3	2	4	4	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	4
3	4		4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4	2	4	2	2	2	1	1	5	
3	4		2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	4
3	4		2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	3	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	4
3	4		2	2	1	2	4	4	4	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4	2	4	1	4	1	1	4	2	1	3	3	5	
3	4		2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	4	2	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	2	4	5	
3	4		2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	4	4	4	3	4	2	3	1	1	2	2	2	2	1	1	4	
3	4		2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	3	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	1	3	4
3	4		2	3	2	2	2	4	2	1	1	3	3	2	1	3	4	4	2	1	4	4	1	4	4	2	1	1	1	1	4	
3	4		2	3	2	2	3	4	3	2	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	1	4	4	2	4	2	3	3	1	3	5	
3	4		2	2	3	2	2	3	2	2	4	4	2	4	4	2	4	3	4	4	2	4	4	2	4	4	2	1	2	2	5	
3	4		2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	3	4	2	4	4	2	1	2	4	

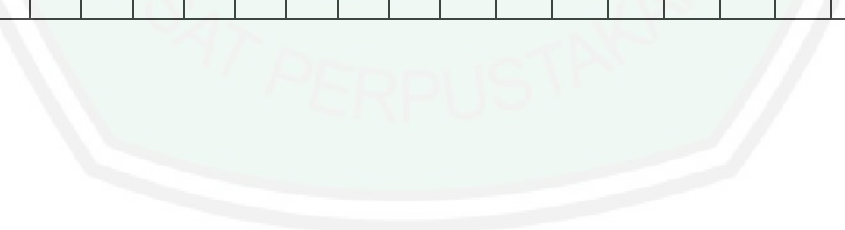


3	4		2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4
3	4		1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	3	1	2	2	4	2	4	1	4	4	3	1	3	1	3	1	3	1	3	4	5
3	4		2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	1	2	1	3	3	2	3	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	3	4	5	5	
3	4		2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	4	1	2	1	4	1	4	1	2	1	4	2	1	2	1	2	1	2	1	4	1
3	4		2	3	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	7
3	4		3	3	3	1	3	3	3	1	4	4	4	4	2	2	2	1	4	2	1	1	1	2	4	1	2	1	1	1	3	4	8	
3	4		3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	3	1	2	1	4	1	3	1	2	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	4	3	
3	4		4	1	4	3	1	3	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	1	1	1	3	1	
3	4		3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	4	2	4	2	4	2	2	3	3	4	2		
3	4		3	2	4	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	
3	4		2	2	3	1	4	2	2	1	2	3	1	3	1	3	4	2	3	1	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	4	1	
3	4		2	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	2	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	3	1	3	3	1	2	5
3	4		4	2	4	3	2	3	2	2	4	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	5	1	
3	4		2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	6	
3	4		2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	9	
3	4		2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	8	
3	4		1	1	1	1	3	1	2	4	4	4	2	1	4	1	4	2	4	4	3	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	2	
3	4		1	1	1	2	1	3	2	1	2	1	1	1	1	3	3	2	3	2	4	4	4	1	4	4	3	1	3	3	4	4	4	

OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



3	4		2	3	2	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	2	4	2	6	
3	4		2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	
3	4		2	2	3	2	2	3	2	1	1	1	1	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	1	3	3	3	3	4	
3	4		3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	2	1	4	2	1	4	4	1	3	3	2	6	
3	4		2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	
3	4		2	1	1	1	1	3	1	3	1	1	4	1	1	4	4	1	4	4	1	4	1	4	4	3	4	1	3	3	4	
3	4		2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2	1	1	4	2	2	4	2	4	2	2	4	2	2	2	1	2	4	
3	4		2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	4	2	4	1	4	3	4	2	4	2	4	4	2	4	2	1	2	2	4	
3	4		3	3	2	2	3	4	3	2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	2	2	2	4	
3	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	3	
3	4		2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2
3	4		2	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	1	4	4	4	3	1	3	3	6
3	4		1	2	2	1	2	3	2	1	2	2	1	2	2	3	3	4	3	4	2	2	4	4	2	4	2	2	3	3	4	
3	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	3	4	2	4	1	4	4	4	4	2	1	2	1	4
3	4		2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	2	6
3	4		1	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	1	3	3	2	2	2	3	1	1	3	3	2	4	2	3	4	
3	4		1	1	3	1	1	3	2	2	2	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4	1	4	2	4	2	4	4	4	4	3	5
3	4		3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	3	3	1	3	3	3	5



3	4		2	2	4	2	4	2	3	2	4	2	4	2	2	4	2	4	3	4	2	4	3	4	3	3	2	3	5		
3	4		2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	
2	4		2	3	2	4	4	3	2	4	4	4	2	4	1	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	1	1	3	2	3	5
3	4		2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	4
3	4		2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	1	4
3	4		2	1	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	1	2	4	3	3	2	3	2	3	2	3	1	3	1	1	2	4
3	4		2	4	4	3	4	3	4	1	2	4	1	2	4	4	4	1	4	4	1	4	1	4	1	4	1	4	3	3	5
3	4		2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	3	2	2	4	2	4	4	1	4	1	4	2	4	4	1	2	3	4



**Lampiran 12. Input Skala Kecerdasan Emosional**

Jenis Kela- mi- n	Al- u- m- ni	it- e- m 4	it- e- m 4	it- e- m 5	it- e- m 6	it- e- m 7	it- e- m 8	it- e- m 9	it- e- m 2	it- e- m 2	it- e- m 3	it- e- m 4	it- e- m 4	it- e- m 5	it- e- m 6	it- e- m 7	it- e- m 8	it- e- m 9	it- e- m 1	it- e- m 2	it- e- m 3	it- e- m 3	it- e- m 4	it- e- m 4	it- e- m 5	it- e- m 6	it- e- m 7	it- e- m 8	it- e- m 9	it- e- m 1	it- e- m 2	it- e- m 3	it- e- m 4	it- e- m 4	it- e- m 5	it- e- m 6		
3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	56
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	59
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	64	
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	1	4	4	83	
3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	55	
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	64	
3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	56	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	1	75	
3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	54	
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	2	3	2	2	3	4	71	
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	1	1	2	2	2	2	4	3	64		
3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	66	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	89	
3	4	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3	2	2	1	3	3	4	8	



3	4		2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	2	2	1	1	3	3	5	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	6	
3	4		3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	6	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	6	
3	4		3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	1	4	1	4	4	4	4	2	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	3	2	1	3	6
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	5	
3	4		3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	3	3	6	
3	4		1	3	4	3	2	1	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	7	
3	4		4	3	3	3	4	4	4	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	2	2	4	3	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	6	
3	4		4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	6
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	8
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	6	
3	4		4	4	4	4	2	4	4	2	2	3	2	3	2	2	3	2	4	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	5	
3	4		4	3	2	3	2	3	3	1	1	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	3	4	2	4
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	5
3	4		3	3	2	2	3	3	3	2	1	1	3	2	3	2	3	1	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	5
3	4		3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	1	2	4	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	4
3	4		3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	2	1	1	4	4

OF MAULANA MALIKIBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	2	2	2	1	1	3	2	7				
3	4		1	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	3	3	3	3	1	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	4	4			
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	2	2	2	1	6			
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	5			
3	4		3	2	2	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	4	5			
3	4		3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	7			
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	5			
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	8		
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5			
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	6		
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6			
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7			
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6			
3	4		3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	2	4	4	8	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	3	3	3	3	4	4	8
2	4		3	3	4	4	3	4	3	2	2	3	2	2	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	5		
2	4		3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	1	1	1	1	4	3	3	6		
2	4		4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	8		
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	1	1	2	3	3	7	
2	4		3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	3	2	4	9	

OF MAULANA MALIKIBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	1	2	2	4	2	7	
2	4		3	3	3	2	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	1	4	4	7	
2	4		3	3	3	4	2	3	2	2	3	4	2	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	1	2	2	3	3	2	3	5	
2	4		4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	4	
2	4		4	4	4	2	2	2	4	2	2	2	3	3	2	2	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	3	5
2	4		4	4	4	4	4	4	2	1	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	4	6	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	1	1	4	4	5	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	5	
2	4		3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	3	3	5		
2	4		4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	1	2	2	4	4	6		
2	4		3	2	3	2	3	2	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	1	1	1	4	4	6	
2	4		4	4	3	4	4	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	6	
2	4		3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	3	2	8	
2	4		4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	1	1	1	3	1	7	
2	4		3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	5	
2	4		4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	3	7		
2	4		3	2	4	2	4	4	2	2	2	3	3	3	3	2	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	6		
2	4		3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	5		

OF MAULANA MALIKIBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



2	4		3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	5						
2	4		4	2	2	2	2	4	4	2	3	3	1	4	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	3	5					
2	4		3	3	2	2	1	1	1	2	4	3	1	2	4	3	2	4	4	4	3	2	2	4	3	4	1	2	3	3	2	3	3	4	4	4	5			
2	4		3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	7				
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	2	1	1	1	3	4	6		
2	4		3	1	3	2	4	3	2	1	3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	4	4	5			
2	4		2	2	3	1	3	2	4	3	2	1	3	2	3	4	3	4	2	3	2	3	2	1	3	2	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	5			
2	4		3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	5			
2	4		2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4			
2	4		4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	3	3	2	2	3	6	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	4	5		
2	4		2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4		
2	4		3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	2	3	2	1	4	4	3	2	1	2	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4		
2	4		2	3	3	2	2	1	2	3	2	3	4	2	1	2	3	1	2	3	2	1	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	4		
2	4		3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	5		
2	4		1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	2	3	3	5
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	4	4	3	2	1	3	3	6		
2	4		3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	4	3	2	4	3	4	3	1	1	3	2	2	1	4	4	6		



2	4		3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	2	3	3	4	4	6	
2	4		3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	1	2	2	1	3	3	6	
2	4		4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	6	
2	4		4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	1	1	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	6	
2	4		4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	6	
2	4		3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7	
2	4		3	2	4	3	2	4	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	8	
2	4		3	2	4	3	2	4	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	9	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
2	4		2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4
2	4		3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2	3	5
2	4		4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	2	1	3	3	5
2	4		4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
2	4		3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7
2	4		3	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	1	3	2	3	1	3	6	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	9	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6	

OF MAULANA MA'ALIKIB RAJIS STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



2	4		3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	2	7	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	7	
2	4		4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	4	4	3	2	2	2	3	2	1	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	5	
2	4		4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	5		
2	4		3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	3	3	2	2
2	4		2	3	3	3	3	3	3	2	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	2	2	4	3	7	
2	4		4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	1	3	1	2	1	3	3	5	
2	4		2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	3	2	3	3	5	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3
2	4		3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	1	2	1	1	1	4	4	7	
2	4		3	3	3	3	3	4	2	2	1	2	1	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	5	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	2	2	2	2	2	3	4	6	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	6		
2	4		2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	5	
2	4		4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	3	3	6		
2	4		3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	6		
2	4		3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6		

OF MAULANA MALIKIBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



2	4		4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	2	2	2	4	3	7					
2	4		3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	2	2	2	3	3	6			
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	6			
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	5		
3	4		4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	1	1	1	2	2	6		
3	4		4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	1	1	4	4	3	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	2	1	1	3	3	7	
3	4		4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	1	3	2	4	4	4	2	2	4
3	4		2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	1	4	4	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	2	2	2	3	2	1	4	4	5
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	5		
3	4		2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	3	4	3	3	1	2	5		
3	4		2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	4	4	2	3	2	3	2	4	
3	4		4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	6	
3	4		3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	1	2	4	4	6		
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	1	1	1	2	2	2	4	3	5		
3	4		2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4	3	4	3	2	2	4		
3	4		3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	3	2	3	2	2	2	4		



3	4		4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	2	2	2	3	1	1	4	3	2	3	2	2	5		
3	4		2	1	2	1	2	1	2	1	3	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	2	1	1	4	4	6	
3	4		4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	1	1	1	4	4	5		
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	6	
3	4		4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	5	
3	4		3	3	3	3	2	2	2	4	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	5	
3	4		3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	8	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	4	8	
3	4		2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	8		
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7		
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8		
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8		
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6		
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	6	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1	1	4	4	4
3	4		4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	1	3	1	3	3	4	
3	4		4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	2	2	3	3	6	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	4	3	2	3	3	5	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	3	6		



3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	4	2	2	2	4	2	4	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	6	
3	4		4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	1	1	3	4	7	
3	4		2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	5		
3	4		2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	2	3	4	3	2	2	1	3	2	3	2	3	2	4	3	2	3	2	1	2	3	2	5	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	1	1	4	4	5
3	4		2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	1	3	3	2	2	2	5	
3	4		2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	1	3	3	2	2	2	6	
3	4		2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	5		
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	1	3	3	7	
3	4		3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	1	4	4	5
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	2	3	3	6	
3	4		3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	7	
3	4		4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	3	1	2	1	2	2	3	3	6	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	4	
2	4		2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	2	3	2	2	3	2	1	2	1	4	1	2	3	2	3	3	4	
2	4		3	2	3	3	2	1	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	4	4	2	3	2	4	2	2	2	2	1	2	1	4	3	2	2	3	4	
2	4		3	1	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	1	1	3	3	2	3	2	3	1	1	1	3	3	3	3	3	5	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	1	2	2	1	2	2	4	
2	4		2	1	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	3	1	1	1	2	3	4	2	1	2	1	3	3	4	3	4	



2	4		3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	7	
2	4		3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	2	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	4	2	3	3	5	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	4	5
2	4		3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3	5
2	4		3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	1	3	3	4	3	3	6	
2	4		4	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	4	4	3	3	4	1	1	5	
2	4		3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	2	1	1	3	3	6		
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7		
2	4		2	1	2	3	4	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	1	1	1	2	3	3	2	3	1	3	3	3	3	4	4	
2	4		3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	2	3	2	3	3	8
2	4		3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	4	5	
2	4		2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7		
2	4		3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	5	
2	4		4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	6	
3	4		1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	4	4	3	4	1	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	2	4	6
3	4		3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	5	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	2	2	3	3	5
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	6



3	4		2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	1	1	3	4	5		
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	6		
3	4		4	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	1	1	3	2	3	4	4	6	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	2	2	3	3	8
3	4		3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	5	
3	4		3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	5	
3	4		3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	5		
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	3	2	3	5	
3	4		3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	4	4	2	3	7	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	5	
3	4		2	3	3	3	3	3	3	2	1	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	6	
3	4		3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	4	3	3	4	3	3	4	8
3	4		3	3	3	3	2	2	3	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	4	4	1	3	2	3	3	4
3	4		4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	5
3	4		3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	6	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	4	4	4	4	6	
3	4		4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	3	3	5

OF MAULANA MALIKIBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	6	
3	4		4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	6	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	1	1	2	2	1	2	3	3	6	
3	4		2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	4	6	
3	4		2	2	2	2	2	2	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	2	3	2	4	4	7	
3	4		2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	3	4	4	9	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	7	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	6	
3	4		3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	4	
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	7	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	6
3	4		4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	1	4	2	3	5	
3	4		4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	
3	4		4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	5	
3	4		4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	2	3	4	4
3	4		3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	2	4	2	2	2	3	5	
3	4		3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	1	4	4	7	
3	4		4	4	4	4	3	3	3	2	1	2	1	2	1	1	3	3	1	2	3	3	3	1	4	3	2	4	2	2	4	2	1	2	4	4	



3	4		4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	3	8	
3	4		4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	4	2	3	4	6	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	1	3	2	2	2	5	
3	4		3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	2	2	1	1	3	3	6
3	4		3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	1	1	2	3	4
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	1	4	2	5	
3	4		3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	3	3	8	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	4	2	3	3	7
3	4		3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	3	6	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	7
3	4		4	2	2	2	2	4	4	2	2	3	1	1	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	6
3	4		4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	2	3	3	7	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	1	2	2	4	4	4	7
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	3	3	5
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	5
3	4		3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	2	2	4	4	2	2	1	3	1	4	4	3	5
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	3	8	
3	4		4	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	3	4	3	2	4	2	2	2	2	3	4	2	1	1	1	3	3	4	

OF MAULANA MALIKIBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG









3	4		2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	4		
3	4		4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3	1	2	3	5	
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2	4	2	2	3	3	3	4	3	4	2	2	2	1	1	1	1	3	3	5
3	4		3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	1	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	2	1	3	4	4	6	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	1	2	2	2	4	4	3	3	7
3	4		4	4	2	2	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	2	4	1	2	4	2	3	7
3	4		3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	1	1	3	2	2	3	5
3	4		4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	1	1	3	3	5
3	4		4	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	2	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4	2	2	2	2	3	5
3	4		2	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	6
3	4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	1	1	1	2	2	3	3	4
3	4		4	3	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	4	2	1	3	3	5
3	4		3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	4	3	4	3	3	8
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	5
3	4		2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	3	7
3	4		2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	1	1	3	3	5	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	7
3	4		2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	4	2	1	3	3	5	



3	4		3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	4	4	2	3	3	5
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	5
3	4		2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	5	
3	4		4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	3	2	4	4	4	8	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	4	3	3	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	1	2	1	3	2	5		
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5		
3	4		3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5		
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	6		
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6		
3	4		2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4	2	2	3	2	5	
3	4		4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	
3	4		3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	3	1	1	2	1	2	3	2	5	
3	4		3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	
3	4		2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6		
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	
3	4		4	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	

OF MAULANA MALIKIBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	4	3	1	2	3	4
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4	2	4	2	3	3	5		
3	4		2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	4	5		
3	4		2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3	4		
3	4		3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	1	3	3	3	7		
3	4		3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	4		
3	4		3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	4	1	4	4	5	
3	4		3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	4	3		
3	4		2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4	2	1	3	3	4	
3	4		3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	6	
3	4		3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	4		
3	4		2	2	3	3	2	3	2	1	1	2	1	2	4	4	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	9	
3	4		3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	1	2	1	4	3	1	3	4	
3	4		2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	4	2	2	3	3		
3	4		3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	4	2	1	3	4		
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	4	3	2	2	8	
3	4		4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	2	3	2	4	4	4		
3	4		3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	4	4	3	3	6	

OF MAULANA MALIKIBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



3	4		3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	1	4	3	8		
3	4		2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	4	3	3	3	6		
3	4		3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	1	1	1	3	3	5	
2	4		3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	1	1	3	4	4	8	
3	4		2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	1	2	3	4	5
3	4		3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	3	4
3	4		2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	1	2	2	1	3	1	3	3	5
3	4		3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	1	4	4	4	5
3	4		3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	4	4	1	2	4	5
3	4		3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	4	4	1	2	4	2



ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE

Lampiran 13. Input Skala Religiusitas

Jenis Kelamin	Alumni	item 8	item 9	item 1	item 2	item 3	item 4	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 1	item 2	item 3	item 4	item 4	item 4	item 5	
3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	7 6
3	4	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5 2
3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	6 8
3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7 7
3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3 6
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5 6
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	2	2	4	3	2	4	3	2	2	4	3	6 6
3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7 6
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	6 5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8 3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	7 7
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	7 6
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8 1
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	6 2

UNIVERSITY OF MALANG  
MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



3	4		3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	7	
3	4		2	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	
3	4		2	2	4	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	5	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	6
3	4		2	3	3	3	2	2	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	6	
3	4		2	2	3	3	2	2	1	3	2	2	2	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	6
3	4		4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	8
3	4		2	3	1	4	3	2	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	6
3	4		3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
3	4		4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	7
3	4		3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	6
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	7
3	4		4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	7
3	4		3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	6
3	4		4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	6
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	2	6
3	4		4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	6
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8

OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

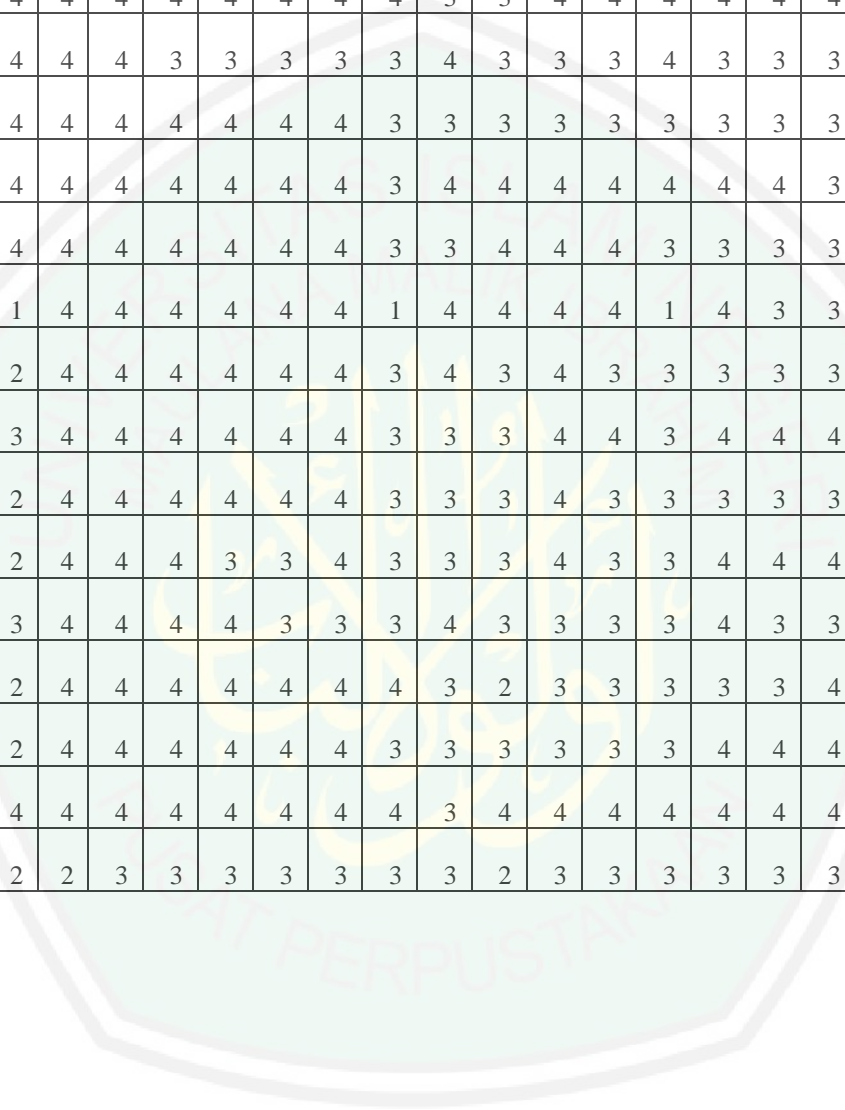


3	4		4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8	
3	4		3	4	3	2	2	3	1	1	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	5	
3	4		3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	6	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	8	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	8	
2	4		2	2	2	4	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	5
2	4		4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	6	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	7	
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	
2	4		3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	
2	4		3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	8	

OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	8	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	6
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	7
2	4		4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	2	4	4	6
2	4		4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	6
2	4		4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	7
2	4		4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	7
2	4		1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	7
2	4		2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	7
2	4		3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	8
2	4		2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	6
2	4		2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	7
2	4		3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	6
2	4		2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	2	4	3	3	3	6
2	4		2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	7
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8
2	4		2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	5
2	4		2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2





2	4		2	2	3	3	2	3	3	1	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	3	4	7
2	4		2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	8
2	4		3	2	1	1	1	1	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	5
2	4		3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	6
2	4		4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	6
2	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	7
2	4		3	2	4	3	4	2	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	8
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8
2	4		3	2	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5
2	4		4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	6
2	4		2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	6
2	4		3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	7
2	4		4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
2	4		3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	6
2	4		4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	6
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8







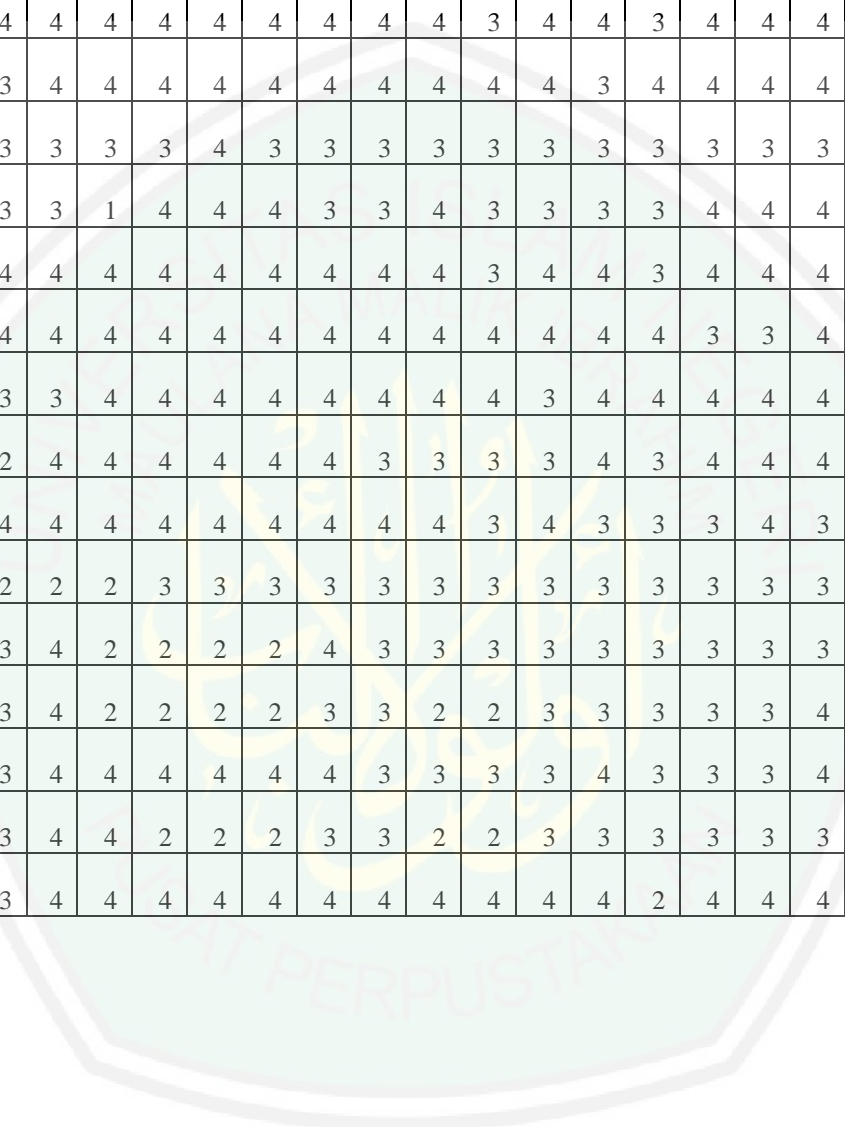






3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	7	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	6	
3	4		3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	7	
3	4		3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	7	
3	4		3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
3	4		3	3	1	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	7
3	4		3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	7
3	4		2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	7
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	6
3	4		2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	5
3	4		3	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	2	3	5
3	4		3	4	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	4
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	6
3	4		3	4	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4
3	4		3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	7

OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

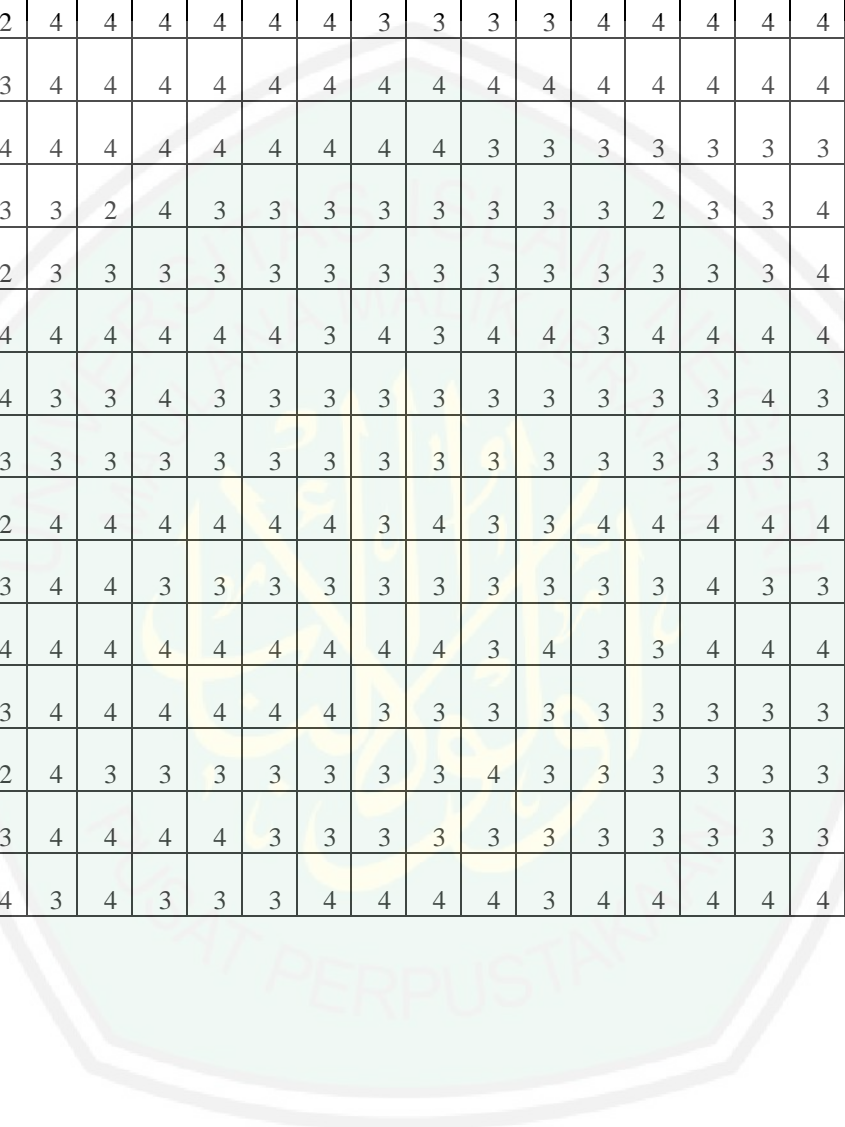


3	4		2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	6
3	4		3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
3	4		4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	6	
3	4		2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	6	
3	4		4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	7	
3	4		4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	7	
3	4		3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	6	
3	4		3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	6	
3	4		4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7	
3	4		4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	
3	4		4	4	4	4	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	6	
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	5	
3	4		2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	5	
3	4		2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	
3	4		4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	6	
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	1	4	4	4	3	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	6	



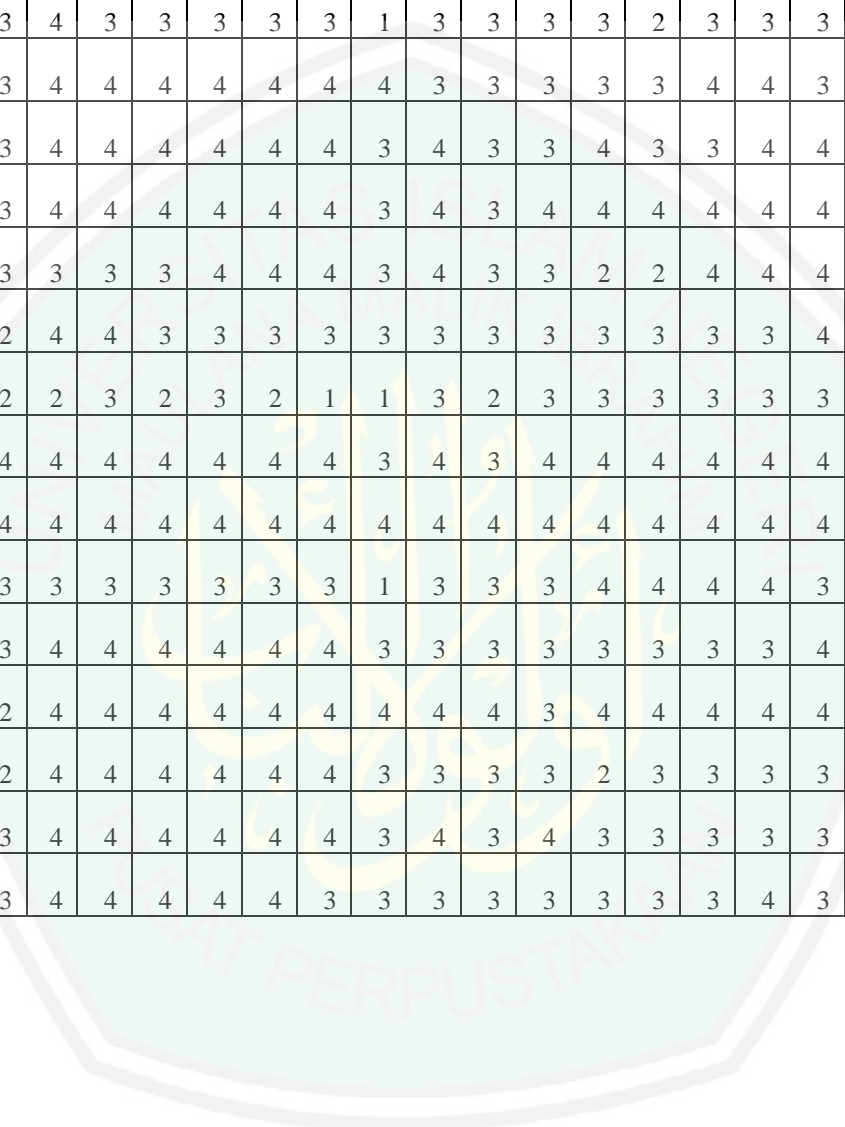


3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	7
3	4		3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	7
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8
3	4		2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7
3	4		3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	8
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	7
3	4		3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5
3	4		2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	7
3	4		4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	6
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
3	4		2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7
3	4		3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	6
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	6
3	4		2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	6
2	4		3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	6
3	4		4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	7

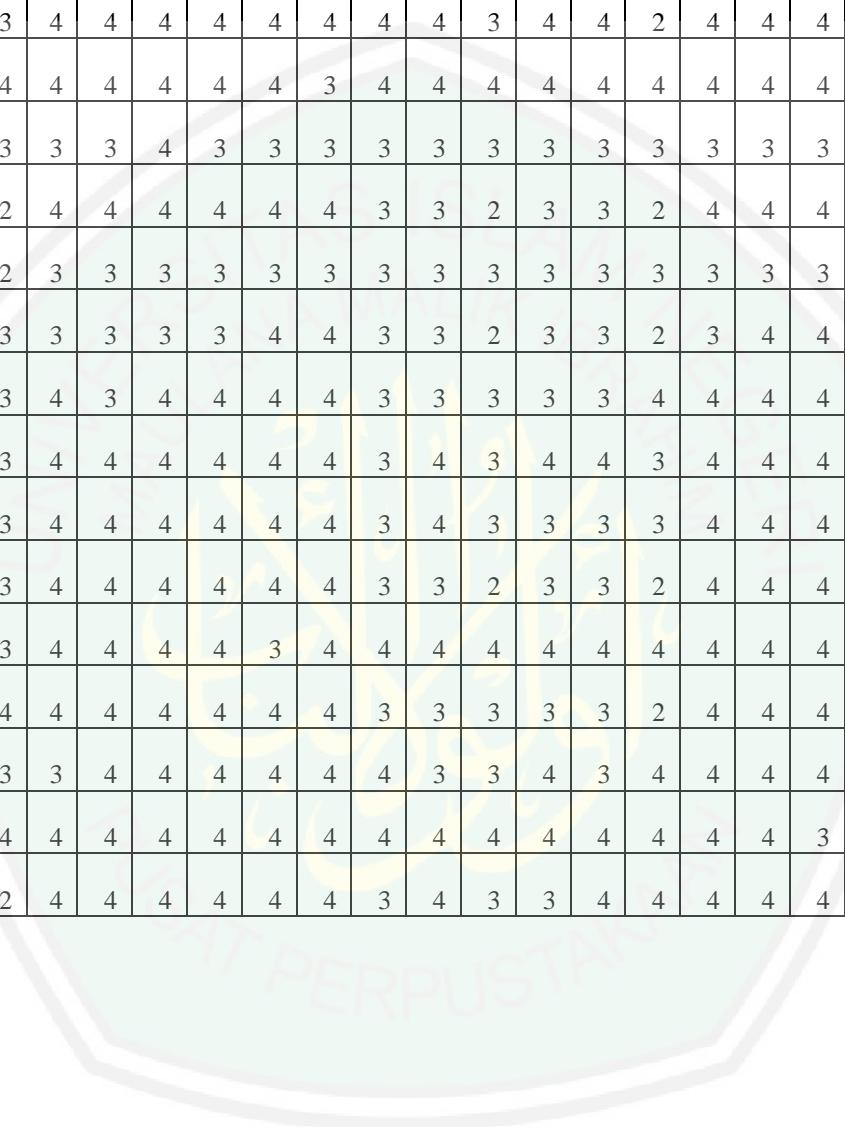


3	4		3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6
3	4		2	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	4		2	4	3	4	4	2	4	1	3	3	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	6	
3	4		3	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	6	
3	4		3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	7	
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	7	
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	6	
3	4		3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	6	
3	4		2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	
3	4		2	2	3	2	3	2	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	7	
3	4		3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	6	
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	6	
3	4		2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	8	
2	4		2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	6	
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	6	
2	4		3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	6	

OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



3	4		3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	6
3	4		3	3	3	3	2	3	1	3	2	4	3	4	3	4	3	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	5
3	4		2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	7
3	4		3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	7
2	4		4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	7
3	4		3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
3	4		2	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	7
3	4		2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
3	4		3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	6
3	4		3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	7
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	7
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	6
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	7
3	4		3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7
3	4		3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	7
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8
3	4		2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7



3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	6
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	6
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
3	4		4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	6	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	8	
3	4		4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7	
3	4		3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	6	
3	4		3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	8
3	4		4	3	3	2	2	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5
3	4		2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	7
3	4		3	3	3	3	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
3	4		4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	7
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	6	
3	4		3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
3	4		2	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
3	4																																8

OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG







3	4		3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	7		
3	4		2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	7	
3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	7	
2	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	7
3	4		3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	7
3	4		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	5
3	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	8
3	4		3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	8
3	4		3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	6



UNIVERSITY OF MALANG  
OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE

## Lampiran 14. Naskah Publikasi

### PENGARUH *RELIGIUSITAS* DAN KECERDASAN EMOSIONAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MEMBELI PRODUK *FASHION* PADA MAHASANTRI MA'HAD SUNAN AMPEL AL-'ALY UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

Ferdy Nanda Kurifawan

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

[ferdynanda11@gmail.com](mailto:ferdynanda11@gmail.com) 082266443253

#### Pendahuluan

Ma'had Sunan Ampel Al'Aly (MSAA) merupakan lembaga yang berada dalam lingkup kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Lembaga ini dihuni oleh para mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan model asrama yang bersistem pesantren maka lembaga ini mampu menjadikan pembeda dengan kampus lain. Mahasiswa baru yang ada di kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tidak hanya menjadi mahasiswa namun menjadi mahasantri. Bahwasanya lingkungan yang ada di lembaga tersebut didesain sebagaimana pondok pesantren pada umumnya. Seperti diketahui lingkungan sekitar Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang merupakan area yang padat penduduk sehingga ada ruko-ruko yang menyediakan beraneka ragam barang dagangan mulai dari makanan, barang-barang elektronik, pakaian, kerudung, aksesoris pakaian, perlengkapan alat tulis kantor dan sebagainya.

Disisi lain hal ini akan memudahkan mahasantri untuk membeli barang yang diinginkan, namun disisi lain pula hal ini akan membuat mahasantri menjadi berlebihan dalam membeli barang yang diinginkan. Perbedaan antara kebutuhan dan keinginan menjadi tipis sekali bahkan bisa disalah-artikan. Ditambah lagi dengan adanya kemudahan dengan membeli barang hanya tinggal sekali "klik" dalam media sosial. Kemudian maraknya toko-toko atau department store di mall yang memberikan diskon terhadap barang-barang seperti pakaian, sepatu, kerudung/hijab, dan yang lainnya. Dimana hal inilah yang secara langsung mampu menarik para remaja untuk membeli barang-barang tersebut.

Hal ini selaras dengan apa yang diungkapkan Joko Widodo yang dilansir dalam Kompas.com (2018) menyatakan bahwa pola konsumsi masyarakat beralih menggunakan kemudahan *online*. Semua orang mampu membeli apa-apa dengan mudah, tinggal pesan dan mampu sampai di rumah tanpa harus menunggu lama. Sebagaimana diketahui menurut Santrock (2012) masa remaja terutama adalah masa peralihan dari masa anak-anak menuju ke dewasa tentunya terjadi perubahan sikap dan perilaku.

Perubahan-perubahan perilaku yang muncul sejajar dengan perubahan hormonal dalam diri. Salah satu aspek psikologisnya ialah remaja sangat memerhatikan penampilan fisik bahwasanya penampilan fisik ini sangat berperan dalam berhubungan sosial dengan orang lain. Dengan demikian mereka akan cenderung lebih tertarik untuk selalu memperbaiki penampilannya. Akibatnya mereka akan berperilaku konsumtif terhadap produk tertentu yang mana mampu menunjang penampilannya.

Sebagaimana diketahui seorang remaja akhir akan berusaha sebaik mungkin untuk beradaptasi dengan lingkungan serta cenderung berkelompok untuk mencari teman sebaya yang sesuai dengan mereka. Menurut Erikson (dalam Yusuf, 2006) remaja merupakan masa pencarian identitas diri dimana remaja berada dalam kontinum antara *identity* dan *identity confusion*. Remaja memiliki pilihan sendiri mengenai apa yang ingin mereka lakukan dengan uangnya. Remaja sebagai konsumen memiliki karakteristik mudah terpengaruh iklan, potongan harga, tidak berpikir hemat. Remaja sebagai konsumen menunjukkan jika meskipun mereka belum memiliki penghasilan sendiri secara tetap namun mereka memiliki pengeluaran yang justru lebih besar.

Dalam penelitian yang dilakukan Regina, David dan Pali (2015) menjelaskan bahwa remaja cenderung memiliki perilaku konsumtif terutama pada produk *fashion* karena adanya faktor emosi ingin diterima oleh kelompok pergaulannya. Selain itu, perilaku konsumtif ini didukung dengan adanya *online shopping* melalui *gadget* atau *smartphone* yang dimiliki para remaja saat ini. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tersebut ditemukan jika sebanyak 63,8% remaja memiliki perilaku konsumtif yang tinggi terhadap produk *fashion*.

Pada dasarnya perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana sehingga

mengakibatkan individu membelanjakan uang yang secara tidak rasional hanya untuk mendapatkan barang-barang yang menurut mereka dapat menjadi simbol keistimewaan (Setiaji, 1995)

Dalam penelitian yang dilakukan Chatijah dan Purwadi (2007) salah satu penyebab meningkatnya sikap konsumtif pada pelajar di usia remaja yang dapat diduga adalah merosotnya iman. Karena apabila seseorang mengalami kemerosotan iman, maka cenderung melakukan hal-hal yang dilarang oleh agama. Agama melarang bersikap berlebih-lebihan atau bersikap boros, artinya dilarang bersikap konsumtif. Remaja yang bersikap konsumtif dapat diduga tidak memahami ajaran agama dengan benar. Remaja saat ini kurang memiliki nilai-nilai dominan yang mempengaruhi pembentukan perilakunya.

Sebagaimana diketahui seseorang yang akan berperilaku konsumtif dengan membeli barang secara berlebihan namun jika ia memiliki pemahaman keagamaan yang tinggi maka ia akan berusaha untuk memikirkannya kembali. Tentu hal ini didukung oleh pernyataan Zohar dan Marshall (2001) bahwasanya seseorang yang memiliki pemahaman keagamaan yang tinggi cenderung mampu menjadi seseorang yang bertanggungjawab dan berusaha untuk mampu memberikan inspirasi terhadap orang lain. Terlebih jika seseorang itu adalah mahasantri yang mana mereka adalah para remaja yang sebagian besar mendapatkan uang dari orang tua mereka. Secara umum orang tua tidak ingin memiliki anak yang berperilaku boros ataupun konsumtif karena perilaku boros merupakan perilaku yang dipandang negatif.

Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Presilia, Matsum, dan Rosyid (2013) menemukan bahwa kecerdasan emosional memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi sebesar 31,5% sehingga 68,5% yang memengaruhi perilaku konsumsi siswa karena adanya pengaruh internal dan eksternal misalnya faktor keluarga, kebudayaan, teman, kepribadian, lingkungan sekitar dan sikap. Dengan demikian perilaku konsumsi seseorang sesungguhnya mampu dikendalikan dengan adanya kecerdasan emosional yang dimiliki individu. Sebagaimana diketahui menurut Megawati (2010) kecerdasan emosional merupakan kecerdasan seseorang dalam mengatur dan mengontrol emosi yang ada pada dirinya yang bertujuan untuk mengontrol perilaku yang dimiliki..

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *religiusitas* dan kemampuan mengelola emosi diperlukan bagi mahasantri guna mencegah munculnya perilaku konsumtif khususnya membeli produk *fashion* yang cenderung merugikan bagi mahasantri tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat *religiusitas*, tingkat kecerdasan emosional dan tingkat perilaku konsumtif yang ada pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly. Kemudian mengetahui pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif; pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif; dan pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif pada mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Berdasarkan telaah teori yang telah dipaparkan, maka dapat diambil enam hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif; terdapat pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif; dan terdapat pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif.

### Metode

Subyek penelitian berjumlah 365 orang yang terdiri dari mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2017/2018. Sampel subjek penelitian ini sebanyak 365 mahasantri dengan teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2016).

Metode pengumpulan data menggunakan tiga skala, yaitu *Centrality Religiosity Scale* (CRS) digunakan untuk mengukur variabel *Religiusitas*. *Religiusitas* diukur menggunakan skala yang diadaptasi dari *Centrality Religiosity Scale* (CRS) (Stefan Huber & O.W. Huber, 2012). *Wong and Law Emotional Intelligence Scale* (WLEIS) digunakan untuk mengukur kecerdasan emosional. Dalam penelitian ini tingkat kecerdasan emosional diukur menggunakan skala yang diadaptasi dari *Wong and Law Emotional Intelligence Scale* (WLEIS) yang disusun oleh Nele Libbrecht, Alain De Beuckelaer, Filip Lievens dan Thomas Rockstuhl (2012). *Wong and Law Emotional Intelligence Scale* (WLEIS) merupakan salah satu instrumen yang paling populer karena instrumen ini revisi dari Mayer dan Salovey (Libbrecht., dkk,

2012). Kemudian dalam penyusunan skala perilaku konsumtif ini peneliti menggunakan aspek yang dikemukakan oleh Lina dan Rasyid (1997).

Analisis data pada penelitian ini dibantu dengan program *microsoft excel* dan *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 20.0 for windows*. Analisis yang dilakukan adalah analisis deskripsi dan analisis regresi linier berganda.

### Deskripsi

Hasil uji deskripsi menunjukkan bahwa secara umum, subyek penelitian yaitu mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tergolong rendah yaitu sebesar 45%. Kemudian *religiusitas* tergolong dalam kategori sedang yaitu sebesar 64% dan kecerdasan emosional tergolong dalam kategori sedang yaitu sebesar 62%.

Hasil uji hipotesis mayor menunjukkan bahwa *religiusitas* dan kecerdasan emosional secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumtif ( $F=41,057$ ,  $p<0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis mayor yang berbunyi terdapat pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif diterima.

Prosentase pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif Berdasarkan analisa yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa variabel *religiusitas* dan kecerdasan emosional secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 18,5%. Adapun 81,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil uji hipotesis minor menunjukkan bahwa variabel X2 (*religiusitas*) memberikan kontribusi yang lebih tinggi (21,5%) dibandingkan dengan variabel X2 (kecerdasan emosional) (12,4%). Hal ini membuktikan bahwa hipotesis minor penelitian ini diterima, yaitu terdapat pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif dan terdapat pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif.

### Diskusi

Secara umum, tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tergolong rendah. Hal ini dikarenakan tingkat *religiusitas* dan kecerdasan emosional subyek yang tergolong baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *religiusitas* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dalam mengendalikan perilaku

konsumtif remaja maka harus bisa menanamkan nilai-nilai *religiusitas* dalam diri seseorang (Chatijah & Purwadi, 2007).

Hasil penelitian pada responden yang berjumlah 365 mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah dianalisis menggunakan bantuan *IBM SPSS 20 for windows* untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda yaitu dengan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Artinya, terdapat pengaruh *religiusitas* dan kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* pada mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Terbukti bahwa variabel *religiusitas* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, sebagaimana pendapat yang diungkapkan oleh Chatijah dan Purwadi (2007) yang menyatakan jika perilaku konsumtif dapat terjadi karena kemerosotan iman, maka cenderung melakukan hal-hal yang dilarang oleh agama seperti halnya membeli sesuatu dengan berlebih-lebihan atau cenderung berperilaku boros.

Selain itu, kecerdasan emosional mampu mengontrol perilaku seseorang terutama perilaku konsumtif (Mahrunnisya, t.th). Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Goleman, bahwasanya individu dibekali oleh kemampuan untuk mengarahkan dan mengelola dirinya mulai dari perilaku maupun emosi yang dimunculkan (Otuedon, 2016). Lebih lanjut, menurut Etzioni manusia merupakan seorang *decision maker* dalam banyak hal terutama perilakunya yang dipengaruhi oleh nilai-nilai emosionalnya sehingga kecerdasan emosional sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan seseorang khususnya dalam melakukan konsumsi (dalam Fiqriyah et al., 2016)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan dianalisa menggunakan bantuan *IBM SPSS 20 for windows*, pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif memiliki koefisien regresi sebesar -0,464 dan didapatkan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ) sehingga dapat dinyatakan bahwa *religiusitas* memiliki pengaruh terhadap yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Esso dan Dibb (2004) yang menyatakan

bahwa *religiusitas* adalah elemen kunci yang mempengaruhi perilaku dan keputusan pembelian. Penelitian ini menyatakan bahwa kepatuhan terhadap agama tertentu secara signifikan mempengaruhi perilaku belanja atau konsumsi seseorang.

Sebagaimana menurut Jalaluddin (2012) bahwa faktor yang mempengaruhi jiwa keagamaan seseorang adalah faktor internal dan eksternal. Di mana faktor internal tersebut terdiri dari faktor hereditas, tingkat usia, kepribadian dan kondisi jiwa seseorang. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas faktor lingkungan keluarga, faktor lingkungan institusional dan faktor lingkungan masyarakat yang mana faktor-faktor tersebut mampu berperan dalam meningkatkan *religiusitas* dalam diri individu.

Sedangkan untuk pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif memiliki signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ) sehingga dapat dinyatakan bahwa kecerdasan emosional mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif membeli produk *fashion* mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini sesuai dengan pendapat Gutnik (dalam Karu-Salo, 2013) bahwasanya saat ini banyak peneliti yang menaruh perhatian lebih terhadap pengaruh emosional pada pengambilan keputusan khususnya dalam hal pembelian atau konsumsi. Hal senada juga diungkapkan oleh Kotri bahwasanya emosi memiliki arti yang sangat penting untuk menjelaskan fenomena pemasaran. Pertama, emosi adalah konsekuensi dari kegiatan pemasaran dan kedua, emosi juga sebagai penyebab dan motivator untuk penalaran dan perilaku konsumsi (Karu-Solo, 2013).

Sebagaimana diketahui pembelian tanpa rencana merupakan salah satu aspek daripada perilaku konsumtif (Lina dan Rasyid, 1997). Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Verplanken menunjukkan bahwa seseorang yang terlibat dalam pembelian tanpa rencana sebagian besar karena alasan afektif (Peter dan Krishnakumar, 2010).

Kecenderungan perilaku konsumsi yang terjadi saat ini biasanya suka bersikap boros di mana hal ini sering dilakukan oleh remaja. Sikap boros tersebut dilakukan dalam bentuk pembelian barang-barang seperti halnya produk-produk *fashion*. Menurut Troxell dan Stone (dalam Savitrie, 2008) *fashion* adalah gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas anggota sebuah kelompok dalam satu waktu tertentu. *Fashion* juga mampu mempengaruhi

apa yang kita kenakan, kita makan, bagaimana kita hidup dan bagaimana kita memandang diri sendiri. Dalam hal ini remaja adalah masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa sehingga memunculkan berbagai perubahan sikap dan perilaku. Seorang remaja akan sangat memperhatikan penampilan fisiknya sehingga keinginan untuk memperbaiki penampilan akan terus muncul (Santrock, 2012).

Sebagaimana diketahui menurut Mayer dan Salovey (dalam Peter dan Krishnakumar, 2010) kecerdasan emosional merupakan kemampuan yang secara bersama-sama memungkinkan individu untuk memahami, menggunakan, memahami dan mengelola emosi dalam diri sendiri dan orang lain guna mencapai tujuan yang produktif maupun positif. Berdasarkan paparan tersebut dapat diungkapkan bahwasanya perilaku konsumsi seseorang mampu dikontrol dan dikendalikan dengan kecerdasan emosional yang dimiliki (Mahrunnisya, t.th).

Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan ketika subyek telah menjalani masa perkuliahan selama kurang lebih delapan bulan. Hal ini tentu mempengaruhi kondisi subyek. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diharapkan peneliti selanjutnya mampu menggali data lebih mendalam pada subyek serta lebih teliti dalam melakukan penelitian. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas kajian penelitian pada pondok-pondok pesantren baik yang berkategori salaf maupun modern.

Meskipun tingkat perilaku konsumtif subyek cenderung mampu dikendalikan, tetapi masih ada beberapa subyek yang tergolong pada tingkat perilaku konsumtif tinggi. *religiusitas* dan kecerdasan emosi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Oleh sebab itu, subyek untuk mampu meningkatkan *religiusitas* terutama dalam kemampuan pengetahuan tentang agama, mampu secara aktif mengikuti kegiatan keagamaan baik secara kelompok maupun individual, dan juga mampu meningkatkan kecerdasan emosional seperti halnya mampu mengenali emosi diri, mampu mengelola emosi, mampu memberikan motivasi pada diri sendiri, dan mampu membina hubungan yang baik dengan orang lain dengan demikian individu mampu mengendalikan perilaku konsumtif membeli produk *fashion*.

### Simpulan

Secara umum, perilaku konsumtif mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang cukup mampu dikendalikan. Hal ini terjadi karena mereka memiliki tingkat *religiusitas* dan kecerdasan emosional yang baik. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa *religiusitas* dan kecerdasan emosional berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan sumbangan pengaruh sebesar 18,5%.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil dan proses penelitian. Subyek penelitian disarankan untuk meningkatkan dalam kemampuan pengetahuan tentang agama, mampu secara aktif mengikuti kegiatan keagamaan baik secara kelompok maupun individual dan mampu mengenali emosi diri, mampu mengelola emosi, mampu memberikan motivasi pada diri sendiri, dan mampu membina hubungan yang baik dengan orang lain.

Peneliti selanjutnya hendaknya mampu menggali data lebih mendalam pada subyek serta lebih teliti dalam melakukan penelitian. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas kajian penelitian pada pondok-pondok pesantren baik yang berkategori salaf maupun modern.

Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk mengurangi perilaku konsumtif adalah dengan mengembangkan kegiatan-kegiatan yang ada dalam lingkup ma'had khususnya mabna-mabna. Selain itu, diharapkan peran musryif-musryifah untuk intens dalam mendampingi mahasiswa agar mahasiswa mampu aktif dan termotivasi untuk senantiasa istiqomah dalam kegiatan-kegiatan yang menunjang *religiusitas* mahasiswa itu sendiri.

### Daftar Pustaka

- Essoo, N., & Dibb, S. (2004). Religious Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study. *Journal of Marketing Management*, 20, 683-712.
- Fiqriyah, R., Wahyono, H., & Inayati, R. u. (2016). Pengaruh Pengelolaan Uang Saku, Modernitas, Kecerdasan Emosional dan Pemahaman Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IIS MAN 1 Malang. *JPE*, Vol. 9.
- Huber, S., & Huber, O. W. (2012). The Centrality of Religiosity Scale (CRS). *Religions*, 3, 710-724.
- Indarlia, R. (2016). *Pengaruh Kecerdasan Emosional (EQ), Literasi Ekonomi dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*. Universitas Negeri Malang, Malang.

- Jalaluddin, P. D. H. (2012). *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Jokowi: *Perilaku Konsumtif Orang Beralih ke "Online"*. (<http://kompas.com/2017/08/jokowi:-perilaku-konsumtif-orang-beralih-ke-online/>). (online). Diakses pada 7 Februari 2018
- Karu-Salo. (2013). *The Effect of Universal Emotions on Customer Behaviour*. Tesis. Department of Marketing: Estonian Business School
- Libbrecht, N., Beuckelaer, A. D., Lievens, F., & Rockstuhl, T. (2014). Measurement Invariance of the Wong and Law Emotional Intelligence Scale Scores: Does the Measurement Structure Hold across Far Eastern and European Countries?. *Applied Psychology: An International Review*, 63(2), 223-237.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika*, 4.
- Mahrurnisya, D. *Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Konformitas Teman Sebaya Melalui Money Attitude Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja SMA Negeri Kota Bandar Lampung*.
- Megawati, P., & Yuwono, S. (2010). Hubungan Antara Kecerdasan Emosi dengan Stres Kerja Pada Perawat ICU dan Perawat IGD. *Indigenous*, 169-178.
- Mulyadi, Nitisusastro. (2012). *Perilaku Konsumen dalam perspektif kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Otuedon, M. U. (2016). Emotions, Personality, Emotional Intelligence And Leadership In The Workplace: The Prevailing Attitude. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 4(3).
- Peter and Krishnakumar. (2010). Emotional Intelligence, Impulse Buying and Self Esteem; the Predictive Validity of Two Ability Measures of Emotional Intelligence. *Advances in Consumer Research*. Vol. 37, eds. Margaret C. Campbell, Jeff Inman and Rik Pieters, Duluth, Minnesota : Association for Consumer Research, Pages 877-878
- Presilia, D.P., Junaidi H.M., Rum R. (2013). *Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap perilaku Konsumtif Siswa di SMA*. Pontianak : Universitas Tanjungpura
- Purwadi, & Chatijah, S. (2007). Hubungan Antara *Religiusitas* dengan Sikap Konsumtif Remaja. *Jurnal Humanitas*, Vol. 4.
- Regina, dkk. (2015). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Journal e-Biomedik*, Vol. 3 No. 1
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development, Perkembangan Masa-Hidup* (Ed. 13 Jilid 2 ed.). New York: Erlangga.
- Savitrie, D. (2008). *Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif Pada Mahasiswi FE UI dan Pengunjung Butik N.y.l.a)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi: Universitas Indonesia
- Setiaji, B. (1995). *Konsumerisme*. Akademika.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf. (2006). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Zohar, D., & Marshall, I. (2001). *SQ : Kecerdasan Spiritual* (R. Astuti, A. N. Burhani & Baiquni, Trans.). Bandung: Misan Pustaka.