HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PUTRI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

SKRIPSI

Oleh

Ima Hikmatul Khoir

07410135

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2011

HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PUTRI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

SKRIPSI

Diajukan Kepada Dekan Fakultas Psikologi UIN Malang

Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan dalam

Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh

Ima Hikmatul Khoir

07410135



FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2011

HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA PUTRI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

SKRIPSI

Oleh:

Ima Hikmatul Khoir

07410135

Telah Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing

Retno Mangestuti, M.Si

NIP. 19750220 2003 12 2 004

Pada tanggal 16 September 2011

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Dr. H. Mulyadi, M. Pd.I

NIP. 19550717 198203 1 005

HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA PUTRI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

SKRIPSI

telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana (S.Psi)

Tanggal 26 September 2011

Susunan Dewan Penguji

1. Rifa Hidayah, M.Si _____
   (Penguji Utama) NIP. 19761128 2002 12 2 001

2. M. Mahpur, M.Si _____
   (Ketua Penguji) NIP. 19760505 2005 01 1 003

3. Retno Mangestuti, M.Si _____
   (sekretaris/pembimbing/penguji) NIP. 19750220 2003 12 2 004

Mengesahkan
Dekan Fakultas Psikologi

Dr. H. Mulyadi, M. Pd.I
NIP. 19550717 198203 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ima Hikmatul Khoir
NIM : 07410135
Fakultas : Psikologi
Judul skripsi : Hubungan Antara Religiusitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah karya saya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapat sanksi akademis.

Malang, 15 September 2011
Yang menyatakan,

Ima Hikmatul Khoir

Motto

۞ يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ ٣١

Artinya: Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (Al-A'raf :31)

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini ku persembahkan kepada :
Bapak, Ibu yang selalu memberikan
cinta kasih, pengertian, doa, dan pengorbanan
yang tiada terkira.
Mas & Mbak yang selalu memberikan
semangat dalam mengerjakan skripsi
Keponakan-keponakanku Yang Lucu Nabil & Icha
yang selalu memberikan hiburan pada tante
EndiQ tersayang terimakasih
selalu ada di sampingku
Teman-teman terbaik dalam
hidupku atas semangat dan dukungan
tanpa batas.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah, peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan peneliti ini dengan lancar. Judul peneliti yang di angkat adalah " Hubungan Antara Religiusitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang."

Shalawat serta salam, semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW, para keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang telah membawa petunjuk kebenaran, untuk seluruh umat manusia, yang kita harapkan syafaatnya di akhirat kelak.

Dalam pembuatan penelitian ini, banyak pihak yang telah berjasa dan senantiasa memberikan dukungan, bimbingan, arahan serta motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu peneliti memberikan penghargaan yang tulus serta ucapan terimakasih yang dalam kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Imam Suprayogo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan wadah belajar bagi keilmuan peneliti.
2. Bapak Dr.H.Mulyadi, M.Pdi selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim.
3. Ibu Retno Mangestuti, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan serta telah meluangkan waktunya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

4. Pembantu Dekan I,II dan III beserta seluruh dosen-dosen fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama menempuh masa perkuliahan.
5. Seluruh karyawan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Terimakasih atas kesabaran dan menjalankan tugas, yang tidak pernah lelah dalam membantu proses pelaksanaan peneliti ini tetap semangat.
6. Buat ayah dan ibu beserta seluruh keluarga besar terima kasih atas dukungan dan cinta yang telah di berikan. Semoga Allah selalu melimpahkan rahmad dan hidayah-Nya kepada keluarga besar kita.
7. Teman-temanku dan seperjuangan dalam mengerjakan skripsi Ayink, Ria, Ratih dan Indah terus semangat ya.
8. Sahabat-sahabat ku “sevener” khususnya lantai 3 Dinnex, Luluk, Putri, Zahro, Ninink,Vitri, Amel,Fury dan Ama terimakasih atas dukungannya. Keceriaan, dan kebersamaan tidak akan pernah terlupakan.
9. Serta semua pihak yang telah bersedia menjadi responden dengan ikhlas sehingga telah terselesaikan penelitian ini.
10. Dan tidak terlupakan seseoarang yang telah memberikan semangat setiap saat, sehingga bisa terselesaikan skripsi ini.

Penulis berharap kepada Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua yang telah membantu penelitian ini dengan tulus ikhlas sehingga bterselesaikan skripsi ini. Dan semoga apa yang saya sumbangkan dapat memberikan manfaat. Amin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PENGAJUAN ii
LEMBAR PERSETUJUAN iii
LEMBAR PENGESAHAN iv
LEMBAR PERNYATAAN v
MOTTO vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GRAFIK xv
DAFTAR GAMBAR xvi
DAFTAR LAMPIRAN xvii
ABSTRAK

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang..... 1
B. Rumusan masalah 9
C. Tujuan penelitian 9
D. Manfaat penelitian 9

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Religiusitas
1. Pengertian Religusitas 11
2. Faktor –faktor yang mempengaruhi religiusitas..... 13
3. Aspek –aspek religiusitas 15
4. Kehidupan Religiusitas Pada Remaja 18
5. Religiusitas dalam persepektif islam..... 20

B. Perilaku konsumtif
1. Pengertian perilaku konsumtif 22
2. Faktor –faktor mempengaruhi perilaku konsumtif
    1. faktor internal 23
    2. faktor eksternal..... 25
3. Aspek-aspek perilaku konsumtif..... 27
4. Karakteristik perilaku konsumtif..... 29
5. Perilaku konsumtif dalam persepektif islam 32

C. Remaja Akhir

1. Pengertian 34
D. Hubungan Antara Religiusitas Dengan Perilaku Konsumtif 37
E. Kerangka Konsep 40
F. Hipotesis 40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan penelitian 41
B. Identifikasi variabel 41
C. Definisi operasioanal 42
D. Populasi dan sampel 42
1. Populasi 43
2. Sampel 43
E. Metode pengumpulan data 45
F. Instrumen Penelitian 47
G. Uji validitas da Reliabilitas 52
1. Uji validitas 52
2. Uji reliabilitas 53
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Try Out 54
H. Analisa data 62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Lokasi penelitian 66
1. Sejarah singkat fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang..... 66
2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 67
3. Struktur organisasi (terlampir) 69
4. Struktur personalia (terlampir)..... 69
B. Pengujian data dan analisa data
1. Pemaparan data 69
2. Analisa pengujian hipotesis..... 74
3. Pembahasan penelitian 76
a. Tingkat Religiusitas Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 76
b. Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 78

c. Hubungan Antara Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 83
B. Saran 84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Faktor-faktor perilaku konsumtif menurut Kotler

Tabel 3.1 Jumlah mahasiswa fakultas Psikologi

Tabel 3.2 jumlah sampel yang diambil

Tabel 3.3 Blue Print Religiusitas sebelum uji coba

Tabel 3.4 Blue Print Religiusitas setelah uji coba

Tabel 3.5 Blue Print perilaku konsumtif sebelum uji coba

Tabel 3.6 Blue Print perilaku konsumtif setelah uji coba

Tabel 3.7 Standart pembagian klasifikasi

Tabel 4.1 Rumusan kategorisasi religiuistas

Tabel 4.2 Hasil deskriptif religiusitas

Tabel 4.3 Rumusan kategorisasi perilaku konsumtif

Tabel 4.4 Hasil deskriptif perilaku konsumtif

Tabel 4.5 Kolerasi Religiusitas Deangan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

DATA GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep

DATA GRAFIK

Grafik 4.1 Tingkat Religiusitas pada mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Grafik 4.2 Tingkat Religiusitas pada mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat penelitian

Lampiran 2: Struktur fakultas Psikologi

Lampiran 3: Struktur Personalia fakultas Psikologi

Lampiran 4: Bukti Konsultasi

Lampiran 5: Angket perilaku konsumtif

Lampiran 6: Angket religiuistas

Lampiran 7: Data Kasar religiuistas

Lampiran 8: Data Kasar perilaku konsumtif

ABSTRAK

Ima Hikmatul Khoir. 2011. " Hubungan Antara Religiusitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang " Skripsi, Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing Retno Mangestuti, M.Si

Kata kunci: Religiusitas, perilaku konsumtif

Islam mengatakan, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keagamaan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.

Konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Bisa diakatakan sikap konsumtif adalah sikap menggunakan sesuatu tidak sesuai dengan keperluannya. Bisa juga diartikan sikap boros dalam menggunakan barang dan jasa. Sikap ini muncul karena pengaruh iklan-iklan produser yang begitu gencar. Melihat iklan-iklan ini orang jadi tertarik untu menggunakan atau memakai produk mereka walaupun si pemakai belum tentu butuh, mungkin hanya karena gengsi dan hal lain.

Mahasiswa yang memiliki religiusitas yang tinggi akan berperilaku sesuai dengan ajaran islam. Penguasaan landasan keilmuan ini menjadi modal besar bagi mahasiswa UIN dalam memahami keseluruhan aspek keilmuan islam, yang di gambarkan sebagai pokok pohon yang menjadi jati diri mahasiswa.

Penelitian dilakukan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Populasi penelitian yang diteliti adalah mahasiswa putri fakultas Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan sampelnya Mahasiswa Putri Fakultas psikologi sebanyak 51 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jenis instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket religiusitas dan angket perilaku konsumtif dengan menggunakan model skala Likert. Analisis deskriptif menggunakan kategori Mean dan standar deviasi. Analisis korelasional menggunakan teknik analisis korelasi *product moment* dengan reliabilitas sebesar -0.005.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara religiusitas dengan perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan reliabilitas sebesar -0.005 (p> 0,005).

ABSTRACT

Ima Hikmatul Khoir. 2011. "The Relationship Between Religiosity With Consumptive Behavior On Princess Faculty of Psychology Students of Islamic University of Malang State Maulana Malik Ibrahim" Thesis, Department of Psychology, Faculty of Psychology, State Islamic University of Malang Maulana Malik Ibrahim, Advisor Retno Mangestuti, M. Si

Keywords: Religiosity, consumer behavior

Islam says, the consumption can not be separated from religious role. The role of faith become an important benchmark because faith gives way the world is likely to affect the human personality, namely in the form of behaviors, lifestyles, tastes, attitudes toward fellow human beings. Faith greatly affect the nature, quantity and quality of consumption in the form of material and spiritual satisfaction.

Consumptive more specifically describes the desire to consume goods that actually less is needed in excess to achieve maximum satisfaction. Can diakatakan consumerist attitude is the attitude to use something not in accordance with needs. It could also be interpreted in a manner wasteful use of goods and services. This attitude arose because the influence of commercials producer who is so intense. Seeing these ads untu people so interested in using or wearing their products even though the wearer is not necessarily needed, perhaps only because of prestige and other things.

Students who have high religiosity will behave in accordance with the teachings of Islam. Mastery of this scholarly foundation for students to be large capital UIN in understanding all aspects of Islamic scholarship, which is described as a stump in the identity of students. The study was conducted on students of the Faculty of Psychology State Islamic University of Malang Maulana Malik Ibrahim. The design of the study is a quantitative study with the type of correlational research. The study population under study is a student at State Islamic University faculty daughter of Maulana Malik Ibrahim Malang and Princess Faculty psychology student sample as many as 51 people. The sampling technique used was purposive sampling. Types of instruments used in this study a questionnaire religiosity and consumer behavior questionnaire using Likert scale model. Descriptive analysis using the categories mean and standard deviation. Correlational analysis using product moment correlation analysis technique with the reliability of -0005

The results showed that there is a negative relationship between religiosity in consumer behavior as indicated by the reliability of -0 005 (p> 0.005).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengertian religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, serta seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi orang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksaan dan penghayatan atas agama islam (dalam Rahmah, 2009).

Manusia lahir membawa fitrah keagamaan. Akan tetapi, dalam perkembangan selanjutnya dipengaruhi oleh pengalaman keagamaan, struktur kepribadian serta unsur kejiwaan lainnya. Manusia religius adalah manusia yang struktur mental secara keseluruhan dan secara tetap diarahkan kepada pencipta nilai mutlak, memuaskan, dan tertinggi yaitu Tuhan. Saat ini masih banyak perbedaan pendapat tentang kapan munculnya kehidupan beragama seseorang (M. Nur Gufron, 2010:170). Banyak dari kita tidak menyadari ketika mendengar bahwa dari sejak lahir, kita telah membutuhkan agama. Yang dimaksud dengan agama dalam kehidupan adalah iman yang diyakini oleh pikiran, di resapkan oleh perasaan dan dilaksanakan dalam tindakan, perbuatan, perkataan dan sikap. (Umami, P.P, 1999:29)

Kebutuhan remaja kadang-kadang tidak dapat dipenuhi apabila berhadapan dengan agama, nilai-nilai sosial dan adat kebiasaan, terutama apabila

pertumbuhan sosialnya telah matang dan seringkali menguasai pikirannya (Umami,P.P, 1999:30). Remaja dalam perkembangannya akan menemui banyak hal yang dilarang oleh ajaran agama yamg dianutnya. Hal ini akan menjadikan pertentangan antara pengetahuan dan keyakinan yang diperoleh dengan praktek masyarakat di lingkungannya (Umami, P.P, 1999:30).

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keagamaan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.

Konsumsi pada hakekatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melampui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang di halalkan. Konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang sama banyak dengan pendapatan, sehingga pendapatan habis. Karena mereka mempunyai kebutuhan jangka pendek (dunia) dan kebutuhan jangka panjang (akhirat) (Diana, 2008:55).

Pada dasarnya berbelanja kesenagan bagi semua orang khususnya pada remaja putri. Dimana seseorang berbelanja umtuk memperoleh barang yang dibutuhkan dalam sehari-hari. Berbelanja sah-sah saja asala masih dalam tahap yang masih

wajar, dikatakan tidak wajar apabila seseorang berbelanja bukan atas keperluan melainkan hanya karena kesenangan semata tanpa berpikir rasional yang disebut dengan perilaku konsumtif.

konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Bisa diakatakan sikap konsumtif adalah sikap menggunakan sesuatu tidak sesuai dengan keperluannya. Bisa juga diartikan sikap boros dalam menggunakan barang dan jasa. Sikap ini muncul karena pengaruh iklan-iklan produser yang begitu gencar. Melihat iklan-iklan ini orang jadi tertarik untu menggunakan atau memakai produk mereka walaupun sipemakai belum tentu butuh, mungkin hanya karena gengsi dan hal lain.

Pola hidup Konsumtif juga di pengaruhi oleh tuntutan dari gaya hidup baru yang mementigkann penampilan fisik sebagai saripati dan nilai utamaya. Maka tidak heran bila warga kota terobsesi dengan hal-hal "harus lebih; harus lebih bagus, lebih mahal, harus lebih beda, dan sebagainya. Hal-hal fisik pun menjadi objek yang tiada habisnya untuk di poles, didandani, serta di berikan citra mewah dan ekslusif. Mal tentu akan menyambut hangat keinginan warga kota tersebut sehingga mal tidak akan lagi sekedar menjadi tempat belanja, namun sudah menjadi lingkungan hidup warga kota dimana mereka mengalami transformasi dari sekedar pengunjung menjadi konsumen yang mencandu (*shopping addict*) (Halim, 2008 :136).

Dalam Al-qur'an jelas sudah diterangkan larangan untuk hidup berlebih-lebihan. Tapi itu bukan hal yang di takutkan bagi sebagian remaja yang menganut gaya hidup konsumtif. Apalagi pada remaja putri yang belum menikah, penampilan adalah hal yang nomer satu. Karena dengan penampilan yang menarik mereka akan lebih tampil percaya diri. Jadi mereka tidak menghiraukan apakah perbuatan yang mereka lakukan itu sesuai dengan Islam atau tidak.

Kaitannya perilaku konsumtif dengan mahasiswa putri UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yaitu dimana di kampus UIN khususnya psikologi selain mempelajari ilmu umum juga mempelajari ilmu-ilmu agama yang seharusnya tingkat religiusnya baik. Penguasaan landasan keilmuan ini menjadi modal besar bagi mahasiswa dalam memahami keseluruhan aspek keilmuan islam, yang di gambarkan sebagai pokok pohon yang menjadi jati diri mahasiswa universitas ini, yaitu (1) Al-Qur'an dan As-sunnah, (2) Sirah Nabawiyah, (3) pemikiran islam, (4) wawasan kemasyarakatan islam.

Selain itu mahasiswa UIN pada saat menjadi mahasiswa baru di wajibkan tinggal di ma'had selama satu tahun dengan mempelajari berbagai ilmu agama, dari situ seharusnya seorang mahasiswa uin khususnya putri harus bisa menahan diri dalam membeli sesuatu yang tidak di perlukan. Dalam islam di ajarkan tidak boleh berlebihan dalam hal apa pun (Q.S. Al- A'raf :31).

Religiusitas tidak akan terbentuk dengan baik apabila semenjak awal kehidupan manusia, petunjuk-petunjuk tentang religiusitas tidak di perkenalkan dalam diri seseorang, meskipun demikian ada sebab lain yang membentuk

seseorang menjadi religius. Sebab lain ini adalah hidayah (Q.S. Ar-Ra'd :27). Apabila Allah telah memberikan hidayah kepada seorang hamba-Nya, maka tidak ada seorang pun yang dapat menghalanginya.

Reinold (dalam Rosandi, 2004) menyatakan bahwa remaja putri lebih banyak membelanjakan uangnya daripada remaja putera untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, asesoris, dan sepatu. Beberapa remaja puteri mengaku bahwa mereka tidak dapat menahan diri atau mengendalikan diri ketika mereka memiliki kebutuhan akan suatu produk atau barang yang hendak dibelinya. Adapun salah satu alasan mereka membutuhkan suatu barang saat itu, umumnya mereka tidak mempertimbangkan terlebih dahulu dan langsung membelinya karena yang utama adalah mereka mendapatkan barang yang diinginkannya saat itu juga. Remaja juga pada umumnya membeli sesuatu tidak berdasarkan kebutuhan dan kemampuan yang dimilikinya. Adapun alasan mereka adalah kalau tidak segera beli, mereka khawtir kehabisan atau tidak mendapatkannya. Seandanyaipun mereka tidak memiliki uang, maka akan usaha yang mereka lakukan adalah dengan cara meminjam sebagian kekurangan uang dari total jumlah harga barang yang akan di belinya pada temannya. Selain itu, ketika mereka membuthkan sesuatu mereka umumnya tidak melakukan survey terlebih dahulu. Alasan mereka adalah agar mereka agar tidak terlalu lama-lama dalam memilih barang yang cocok dan sesuai dengan pilihan dan selera mereka (Hasibuan, 2009:13).

Bagi remaja putri menganut hidup konsumtif adalah suatu kebangaan karena sebagian dari mereka senang kalau di nilai *fashionabel* yaitu selalu update dengan model pakaian yang sedang *in*. Dalam masa sekarang meski berjilbab tidak menutup kemungkinan untuk hidup komsumtif, karena jilbab modern lagi ngetrend dikalangan putri yang berjilbab. Berbagai model telah di tawarkan, sebagai mahasiswa UIN yang di wajibkan berjilbab tetapi mereka tetap bisa berdandan dengan gaya pakaian yang sedang *in.*

Dari hasil Wawancara meski mereka banyak yang berbayground dari pondok tetapi mereka tidak menghiraukan apakah perilaku konsumtif itu hal yang dilarang, yang terpenting bag mereka adalah bisa berpenampiolan menarik dan tidak ketinggalan jaman. Demi memenuhi keinginan tersebut ada yang sampai hutang kepada temannya hanya untuk membeli barang yang sebenarnya tidak begitu diperlukan.

Menurut Fransisca dan Tommy, 2005:179 Perilaku komsumtif mempunyai beberapa dampak negatif yaitu menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Secara psikologis perilaku komsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman. Pemborosan terjadi disebabkan perilaku membeli tidak lagi menempati fungsi yang sesungguhnya yaitu memenuhi kebutuhan tetapi untuk memenuhi kesenangan sesaat. Pembelian barang dilakukan hanya dikarenakan untuk mengikuti mode dan berdasarkan keinginan. Dana yang seharusnya digunakan untuk membeli barang yang dibutuhkan, dialihkan

kepembelian barang yang tidak bermanfaat sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

Dampak lainnya dari perilaku komsumtif yaitu dapat menyebabkan kecemasan. Hal ini dikarenakan individu selalu merasa bahwa ada tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya. Akan tetapi kegiatan pembelian tidak ditunjang dengan finansial yang mendukung sehingga timbul rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi. Rasa tidak aman yang disebabkan perilaku konsumtif adalah ketika individu melakukan pembelian barang secara berlebihan. Perilaku tersebut akan menyebabkan rasa tidak aman pada individu terhadap keuangannya. Sedangkan rasa aman sendiri timbul karena menipisnya keadaan keuangan, sementara masih ada kebutuhan lain yang harus dipenuhi (dalam Kholila, 2008:29).

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Anggarasari (1997) dengan judul penelitian hubungan tingkat religiusitas dengan sikap konsumtif pada ibu rumah tangga. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan tingkat religiusitas dengan sikap konsumtif pada ibu rumah tangga. hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan yang negatif antara tingkat religiusitas dengan sikap konsumtif pada ibu rumah tangga. semakin tinggi tingkat religiusitas akan semakin rendah sikap konsumtifnya, begitu juga sebaliknya semakin rendah tingkat religiusitas semakin tinggi sikap konsumtif. subjek penelitian adalah ibu-ibu rumah tangga di perumahan Purwosari, perumahan karang asri, dan wilayah Rt 02 Rw I kelurahan Kranji, Purwokerto. metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan

angket tingkat religiusitas dan angket sikap konsumtif. analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah teknik korelasi product moment dari pearson. hasil analisis menunjukkan rxy = -0,330 (p< 0.01), r2 = 0,109 yang berarti ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara tingkat religiusitas dengan sikap konsumtif pada ibu rumah tangga, dengan sumbangan tingkat religiusitas terhadap sikap konsumtif sebesar 10,9%.

Dari penelitian diatas mengungkapkan bahwa religiusitas dapat mencegah seseorang melakukan perilaku konsumtif. Dan dikatakan bahwa seseorang yang memiliki religiuistas yang tinggi tingkat perilaku konsumtifnya rendah. Seseorang yang memiliki religiusitas yang baik berarti memliki kadar keimanan yang baik pula. Keimanan menjadi tolak ukur penting, karena keimanan memberikan saringan moral dalam membelajakan uangnya.

Dari penelitian dan fenomena-fenomena yang ada maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Hubungan religiusitas dengan perilaku konsumtif Pada mahasiswa putri fakultas psikologi. Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang khususnya fakultas Psikologi banyak mempelajari ilmu-ilmu agama yang dituntut para mahasiswanya berperilaku dengan syariat islam salah satunya menjaga dari hidup boros.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Tingkat Religiusitas Pada Mahasiswa Putri fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Bagimana Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
3. Apakah Ada Hubungan Antara Religiusitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?

C. Tujuan Masalah

1. Untuk Mengetahui Tingkat Religiusitas Pada Mahasiswa Putri fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Untuk Mengetahui Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Untuk Mengetahui Apakah Ada Hubungan Antara Religiusitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan akan membawa dua manfaat, yaitu manfaat teorirs dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis penelitian ini di harapkan dapat memperkaya pengetahuan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang Psikologi Industri Organisasi.

2. Manfaat Praktis

   a. Memberikan tambahan informasi dan pengetahuan pada mahasiswa tentang religiusitas yang berhubungan dengan religiusitas.

   b. Di harapkan hasil penelitian ini dapat di pakai sebagai tambahan informasi tambahan bagi peneliti berikutnya yang berhubungan dengan religiusitas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata *religi* (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat (Nasution, dalam jalaludin 2002 : 12). Sementara dalam bahasa indonesia, religi yang berarti agama merupakan suatu konsep secara definitif diungkapkan pengertiannya oleh beberapa tokoh sebagai berikut :

a. Menurut Harun Nasution (dalam Jalaludin 2002 : 12), agama adalah:

1) Pengakuan terhadap adanya hubungan manusia dengan kekuatan gaib yang harus dipatuhi.
2) Pengakuan terhadap adanya kekuatan gaib yang menguasai manusia.
3) Mengikat diri pada suatu bentuk hidup yang mengandung pengakuan pada suatu sumber yang berada diluar diri manusia dan yang mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia.
4) Kepercayaan pada suatu kekuatan gaib yang menimbulkan cara hidup tertentu.
5) Sistem tingkah laku (*code of conduct)* yang berasal dari sesuatu kekuatan gaib.

6) Pengakuan terhadap adanya kewajiban-kewajiban yang diyakini bersumber pada suatu kekuatan gaib.
7) Pemujaan terhadap kekuatan agaib yang timbul dari perasaan lemah dan perasaan takut terhadap kekautan misterius yang terdapat dalam alam sekitar manusia.
8) Ajaran-ajaran yang di wahyukan Tuhan kepada manusia melalui seorang rasul.

b. Thouless (2000:22) memberikan definisi agama sebagai sikap (atau cara penyesuaian diri terhadap dunia yang mencakup acuan yang menunujukkan lingkungan lebih luas daripada lingkungan fisik yang terikat ruang dan waktu –*the spatio- temporal phycical word-* (dalam hal ini, yang dimaksud adalah dunia spiritual).
c. Glock & Strak (dalam Nashori & Mucharam, 2002:70) menyatakan *religi* adalah simbol, keyakinan, sistem nilai dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai sesuatu yang paling nakmawi.
d. Menurut Mayer (dalam Nashori & Mucharam, 2002:70) *religi* adalah seperangkat aturan dan kepercayaan yang pasti untuk membimbing manusia dalam tindakannya terhadap Tuhan, orang lain dan diri sendiri.

Dister (dalam Rahayu, 2003:135) mengartikan religiusitas sebagai keberagamaan, yang artinya adanya inteernalisasi agama di dalam diri seseorang. Dan mengatakan kalau religiusitas merupakan

suatu keadaan dimana individu merasakan dan mengakui adanya kekuasaan tertinggi yang menaungi kehidupan manusia, dan hanya kepada-Nya manusia merasa bergantung serta berserah diri. Semakin seseorang mengakui adanya Tuhan dan kekuasaan-Nya, maka akan semakin tinggi tingkat religiusitasnya (dalam Zalfa, 2009:15).

Istilah agama dan religi, muncul istilah keberagamaan dan religiusitas (*Religiousty)*. Pengertian religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, serta seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi orang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksaan dan penghayatan atas agama islam (dalam Rahmah, 2009).

Berdasarkan definisi-definisi yang telah dikemukakan tesebut disimpulkan bahwa religiusitas dapat diartikan sebagai pendalaman agama dalam diri seseorang yang terlihat melalui pengetahuan dan keyakinan seseorang akan agamanya serta dilaksanakan dalam kegiatan peribadatan dan perilakunya sehari-harinya.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Kondisi Religiusitas seseorang di pengaruhi oleh beberapa faktor yang para ahli memberikan pandangan bermacam-macam. Ada dua faktor yaitu: (a) faktor perkembangan yang berhubungan dengan masa perkembangan psikis yang di lalui seseorang dan, (b) faktor lingkungan yang merupakan faktor luar yang mempengaruhi kehidupan agamanya

yakni keluarga, sekolah, masyarakat dan latar belakang keagamaannya (Darajdat, 1998:8).

Jalaludin (2002:223) menyebutkan adanya faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern meliputi hereditas (keturunan), usia, kepribadian, sekolah dan masyarakat.

Berbeda dengan Thouless (2000: 29) yang mengemukakan adanya empat faktor yang mempengaruhi religiusitas seseorang, yaitu :

a. Faktor sosial, yaitu semua pengaruh sosial seperti: pendidikan dan pengajaran orangtua, tradisi ataupun berbagai tekanan sosial.
b. Faktor alami, moral dan afektif, yaitu : (1) berbagai pengalaman mengenai keindahan, keselarasan, kebaikan didunia lain (faktor alami), konflik moral (faktor moral), dan (3) pengalaman emosional keagamaan (faktor afektif).
c. Faktor kebutuhan, yaitu faktor-faktor yang seluruhnya atau sebagian timbul dari kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi, terutama kebutuhan-kebutuhan terhadap : (1) keamanan, (2) cinta kasih. (3) harga diri, dan ancaman, dan (4) ancaman kematian.
d. Faktor intelektual, yaitu berbagai hal berhubungan dengan proses pemikiran verbal, terutama dalam pembentukan keyakinan-keyakinan keagamaan.

Adanya beberapa pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa dasarnya yang mempengaruhi religiusitas adalah faktor intern meliputi hereditas (keturunan), usia, kepribadian dan kondisi

kejiwaan. Faktor ekstern meliputi lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat.

3. Aspek-aspek Religiusitas

salah satu kenyataan yang terjadi dalam sepanjang perjalanan sejarah umat manusia adalah fenomena keberagamaan (religiusity). Konsep yang akhir-akhir ini dianut banyak ahli psikologi dan sosiologi adalah konsep religiusitas rumusan C.Y. Glock dan R. Strak (dalam Ancok & Suroso, 2001:76). Menurut dua tokoh tersebut ada lima macam dimensi keberagamaan yaitu:

a. Dimensi keyakinan (*religious belief).*

   Yaitu dimana seseorang menerima hal-hal yang sifatnya dogmatik dalam agamanya. Dimensi ini berisi pengharapan-pengaharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin tersebut. Misalnya kepercayaan akan adanya tuhan, malaikat, surga, dan mukjizat.

b. Dimensi praktik agama (*religious practice).*

   Yaitu tingkat ketertarikan seseorang terhadap kegiatan ritual keagamaan. Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang di lakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Misalnya shalat, zakat, puasa, pergi haji bila mampu, bagi orang islam.

   Praktik-praktik keagamaan ini terdiri dari:

1). Ritual, mengacu kepada seperangkat ritus, tindakan keagamaan formal dan praktik-praktik suci, yang semua mengahrapkan para pemeluknya melaksanakannya.

2). Ketaatan, ketaatan dan ritual bagaikan ikan dengan air, meski ada perbedaan penting. Apabila aspek ritual dan komitmen sangat formal khas publik, semua agama yang dikenal mempunyai perangakt tindakan persemabahan dan koyemplasi personal yang relatif spontan, informal dan khas pribadi.

c. Dimensi pengalaman (*religious feeling*).

Yaitu gambaran perasaan atau pengalaman yang dirasakan dalam beragama. Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang/didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan (masyarakat) yang melihat komunikasi, walaupun kecil dalam suatu esensi ketuhanan, yaitu dengan Tuhan, kenyataan terakhir dengan otoritas transendental. Misalnya merasa doanya dikabulkan, merasa diselamatkan Tuhan.

d. Dimensi pengetahuan agama *(religious knowledge).*

Yaitu tingakatan pengetahuan seseorang terhadap ajaran agamanya serta aktivitasnya untuk menambah pengetahuan agamnaya. Dimensi ini mengacu kepada harapan-harapan bahwa orang-orang yang beagama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan,ritus-ritus, kitab suci dan tradisi-

tradisi. Dimensi pengaetahuan dan keyakinan jelas berkaitan satu sama lain, karena pengetahuan mengenai suatu keyakinan adalah syarat bagi penerimaannya.

e. Dimensi pengalaman atau konsenkuensi (*religious effect).*

Yaitu tingkat konsukensi tingkah laku seseorang dengan ajaran agamanya. Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Walaupun agama banyak menggariskan bagaimana pemeluknya seharusnya berpikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, namun tidak sepenuhnya jelas sebatas mana konsekuensinya agama merupakan bagian dari komitmen keagamaan semata-mata berasal dari agama.

Dimensi-dimensi diatas sudah sesuai dengan hasil penelitian Kementrian Negara Kependudukan dan Lingkungan Hidup (1987), yaitu (1) aspek iman (*religious belief),* yang terkait keyakinan Allah, Malaikat, Nabi, dan sebagainya; (2) aspek Islam (*Religious practice),* terkait dengan frekuensi atau intensitas pelaksanaan ajaran agama seperti shalat, puasa, dan lain-lain; (3) aspek Ihsan *(religius feeling),* berhubungan dengan perasaan dan pengalaman seseorang tentang keberadaan Tuhan, takut melanggar laranggan-Nya dan sebagainya; (4) aspek ilmu *(religious knowledge),* yaitu pengetahuan seseorang tentang ajaran agamanya dan (5) aspek amal *(religious effect)* terkait

tentang bagaimana perilaku seseorang dalam kehidupan bermasyarakat dan sebagainya. (M. Nur Gufron, 2010:171).

Nashori (1997) menjelaskan bahwa orang religiusitas akan mencoba selalu patuh terhadap ajaran-ajaran agamanya, selalu berusaha mempelajari pengetahuan agama, menjalankan ritual agama, meyakini doktrin-doktrin agamanya dan selanjutnya merasakan pengalaman-pengalaman beragama. Dapat dikatakan bahwa seseorang religius jika orang mampu melaksanakan dimensi-dimensi tersebut dalam perilaku dan kehidupannya.

Maka dari itu peneliti menggunakan dimensi-dimensi C.Y. Glock dan R.Strak karena sudah terbukti mampu mengukur tingkat religiuisitas pada seseorang.

4. Kehidupan Religiusitas pada Remaja

Manusia lahir membawa fitrah keagamaan. Akan tetapi, dalam perkembangan selanjutnya dipengaruhi oleh pengalaman keagamaan, struktur kepribadian serta unsur kejiwaan lainnya. Manusia religius adalah manusia yang struktur mental secara keseluruhan dan secara tetap diarahkan kepada pencipta nilai mutlak, memuaskan, dan tertinggi yaitu Tuhan. Saat ini masih banyak perbedaan pendapat tentang kapan munculnya kehidupan beragama seseorang (M. Nur Gufron, 2010:170). Banyak dari kita tidak menyadari ketika mendengar bahwa dari sejak lahir, kita telah membutuhkan agama. Yang dimaksud dengan agama dalam kehidupan adalah iman yang diyakini oleh pikiran, di resapkan oleh

perasaan dan dilaksanakan dalam tindakan, perbuatan, perkataan dan sikap. (Umami, P.P, 1999:29)

Kebutuhan remaja kadang-kadang tidak dapat dipenuhi apabila berhadapan dengan agama, nilai-nilai sosial dan adat kebiasaan, terutama apabila pertumbuhan sosialnya telah matang dan seringkali menguasai pikirannya (Umami,P.P, 1999:30).

Remaja dalam perkembangannya akan menemui banyak hal yang dilarang oleh ajaran agama yamg dianutnya. Hal ini akan menjadikan pertentangan antara pengetahuan dan keyakinan yang diperoleh dengan praktek masyarakat di lingkungannya (Umami, P.P, 1999:30).

Powel dalam subandi (1988) menyatakan bahwa agama dapat memberikan kemantapan pada waktu remaja mengalami kebimbangan. Ditambahkan pula dengan Streng mengemukan bahwa remaja membutuhkan agama sebagai sesuatu yang bersifat personal dan penuh makna tidak hanya ketika mereka mendapatka kesulitan. Remaja memerlukan agama sebagai sumber pegangan dalam kehidupannya yang bagi optimalisasi perkembangan dirinya sebagai sumber kekuatan dan keberanian yang mutklak bagi dirinya. Kebutuhan beragama pada remaja bervariasi antara satu dengan yang lainnya (M. Nur Gufron, R. R., 2010:175).

Kehidupan religiusitas pada remaja dipengaruhi oleh pengalaman keagamaan, struktur kepribadian lainnya. Pada masa remaja perkembangan keagamaan ditandai dengan adanya keragu-raguan terhadap

kaidah-kaidah akhlak dan ketentuan-ketentuan agama. Namun pada dasarnya sebagai manusia remaja tetap membutuhkan agama sebagai pegangan dalam kehidupan, terutama pada saat mengahdapi kesulitan (M. Nur Gufron, R. R., 2010:175).

Dapat disimpulkan bahwa pada masa remaja sangat di butuhkan peran agama karena agama sebagai sumber pegangan dalam kehidupannya yang bagi optimalisasi perkembangan dirinya sebagai sumber kekuatan dan keberanian yang mutklak bagi dirinya.

5. Religiusitas Dalam Persepektif Islam

Setiap muslim, baik dalam berpikir maupun bertindak, di perintahkan untuk berislam. Dalam melakukan aktivitas ekonomi, sosial, politik atau aktivitas apa pun, seorang muslim di perintahkan untuk melakukannya dalam rangka beribadah kepada Allah. Dimanapun dalam keadaan apapun, setiap muslim hendaknya berislam.

Agama berperan penting dalam kehidupan manusia. Manusia religius adalah manusia yang struktur mental secara keseluruhan dan secara tetap diarahkan kepada pencipta nilai mutlak, memuaskan, dan tertinggi yaitu Tuhan.

Menurut surat Ar-rum ayat 30

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا ۚ فِطْرَتَ ٱللَّهِ ٱلَّتِى فَطَرَ ٱلنَّاسَ عَلَيْهَا ۚ لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ ٱللَّهِ ۚ ذَٰلِكَ ٱلدِّينُ ٱلْقَيِّمُ وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ ٱلنَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

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, (Depag RI, 2005:408).

Juga di jelaskan dalam *surat Al-Baqoroh :208*

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱدۡخُلُواْ فِي ٱلسِّلۡمِ كَآفَّةٗ وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيۡطَٰنِۚ إِنَّهُۥ لَكُمۡ عَدُوّٞ مُّبِينٞ ٢٠٨

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. (Depag RI, 2005:32).

Selain itu juga di jelaskan dalam surat Ar-Rad:28

ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَتَطۡمَئِنُّ قُلُوبُهُم بِذِكۡرِ ٱللَّهِۗ أَلَا بِذِكۡرِ ٱللَّهِ تَطۡمَئِنُّ ٱلۡقُلُوبُ ٢٨

Artinya: (yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka manjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingati Allah-lah hati menjadi tenteram (Depag RI, 2005:252).

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Kata “konsumtif” (sebagai kata sifat; lihat akhiran –if) sering diartikan sama dengan kata “konsumerisme”. Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. (Tambunan, 2001:1).

Konsumtivisme merupakan paham untuk hidup secara konsumtif, sehingga orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang melainkan mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut. Oleh karena itu, arti kata konsumtif (*consumtive)* adalah boros atau perilaku yang boros, yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam artian luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah.

Perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barangbarang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut (Engel et al 1994:3).

Berdasarkan dari beberapa pengertian telah dikemukakan, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang mengkonsumsi barang secara berlebihan berdasarkan kesenangan semata tanpa berpikir rasional.

Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Sehingga tanpa pertimbangan yang matang seseorang

begitu mudah melakukan pengeluaran untuk macam-macam keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada dua, yaitu internal dan eksternal menurut Kotler :

Budaya				
Kultur Sub-kultur Kelas Sosial	**Sosial** Kelompok acuan Keluarga Peran dan status	**Pribadi** Umur dan tahap siklus pekerjaan Kondisi ekonomi Gaya hidup Kepribadian dan konsep diri	**Psikologis** Motivasi Persepsi Pengetahuan Keyakinan dan sikap	Pembeli

Tabel 2.1 Faktor- Faktor Yang Mempengatruhi Perilaku Konsumtif

a. Faktor Internal

Faktor internal ini juga terdiri dari dua aspek, yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi. (Kotler, 2000:222).

1. Faktor psikologis, juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif, diantaranya:
   a) Motivasi, dapat mendorong karena dengan motivasi tinggi untuk membeli suatu produk, barang / jasa maka mereka cenderung akan membeli tanpa menggunakan faktor rasionalnya.
   b) Persepsi, berhubungan erat dengan motivasi. Dengan persepsi yang baik maka motivasi untuk bertindak akan tinggi, dan ini menyebabkan orang tersebut bertindak secara rasional.

c) Sikap pendirian dan kepercayaan. Melalui bertindak dan belajar orang akan memperoleh kepercayaan dan pendirian. Dengan kepercayaan pada penjual yang berlebihan dan dengan pendirian yang tidak stabil dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

2. Faktor Pribadi, menurut Kotler (2000:223) keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu :

a) Usia, pada usia remaja kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif lebih besar daripada orang dewasa. Tambunan (2001:1) menambahkan bahwa remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.

b) Pekerjaan, mempengaruhi pola konsumsinya. Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda tentunya akan mempunyai kebutuhan yang berbeda pula. Dan hal ini dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaannya.

c) Keadaan Ekonomi. Orang yang mempunyai uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat.

d) Kepribadian. Kepribadian dapat menentukan pola hidup seseorang, demikian juga perilaku konsumtif pada seseorang dapat dilihat dari tipe kepribadian tersebut.

e) Jenis kelamin. Jenis kelamin mempengaruhi kebutuhan membeli, karena remaja putri cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan pria (Tambunan, 2001:1).

b. Faktor Eksternal / Lingkungan

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan di mana ia dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal dan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga.

1) Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat (Mangkunegara, 2005:39). Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam system perilaku demi keperluan hidupnya. Kebudayaan adalah determinan yang paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang (Kotler, 2000:214).

2) Kelas sosial

Pada dasarnya manusia Indonesia dikelompokkan dalam tiga golongan (Mangkunegara, 2005:42) yaitu: golongan atas, golongan menengah, dan golongan bawah. Perilaku konsumtif antara kelompok sosial satu dengan yang lain akan berbeda, dalam hubungannya dengan perilaku konsumtif Mangkunegara (2005:43) mengkarakteristikan antara lain :

a. Kelas sosial golongan atas memiliki kecenderungan membeli barang- barang yang mahal, membeli pada toko yang berkualitas dan lengkap (toko serba ada, supermarket), konservatif dalam konsumsinya, barang-barang yang dibeli cenderung untuk dapat menjadi warisan bagi keluarganya.
b. Kelas sosial golongan menengah cenderung membeli barang untuk menampakkan kekayaannya, membeli barang dengan jumlah yang banyak dan kualitanya cukup memadai. Mereka berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit, misalnya membeli kendaraan, rumah mewah, dan perabot rumah tangga.
c. Kelas sosial golongan rendah cenderung membeli barang dengan mementingkan kuantitas daripada kualitasnya. Pada umumnya mereka membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari, memanfaatkan penjualan barangbarang yang diobral atau penjualan dengan harga promosi. Pengelompokkan masyarakat di atas dibuat berdasarkan kriteria kekayaan,kekuasaan, kehormatan, dan ilmu pengetahuan. Unsur pokok dalam pembagian kelas dari masyarakat adalah kedudukan (status) dan peranan.

3) Keluarga

Sangat penting dalam perilaku membeli karena keluarga adalah pengaruh konsumsi untuk banyak produk. Selain itu keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan

keputusan membeli (Mangkunegara, 2002:44). Peranan setiap anggota keluarga dalam membeli berbeda-beda menurut barang yang dibelinya.

3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Konsumtif menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Berdasarkan definisi di atas, maka dalam perilaku konsumtif Tambunan (2001:1). Berpendapat ada dua aspek mendasar, yaitu :

1. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan.

Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi biaya, apalagi bagi remaja yang belum mempunyai penghasilan sendiri.

a. Pemborosan

Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

b. Inefisiensi Biaya

Pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

2. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata.

Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Padahal hal ini justru akan menimbulkan kecemasan. Rasa cemas di sini timbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.

a. Mengikuti Mode

Di kalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, *mall* sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya.

b. Memperoleh Pengakuan Sosial

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain

yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang *in*.

Swastha (1998 : 67) mengemukakan ada beberapa aspek dalam perilaku membeli dan belum menjurus ke perilaku yang konsumtif yaitu sebagai berikut:

1. Pengenalan kebutuhan

   Pengambilan keputusan pembelian barang dengan mempertimbangkan banyak hal seperti faktor harga, faktor kualitas, faktor manfaat, dan faktor merk. Pengambilan keputusan membeli secara rasional biasanya memanfaatkan informasi yang ada seperti mempertimbangkan implikasi dan tindakan yang dibuat sebelum memutuskan untuk membeli.

2. Emosional

   Motif pembelian barang berkaitan dengan emosi seseorang. Biasanya konsumen membeli barang hanya karena pertimbangan kesenangan indera atau bisa juga karena ikut-ikutan.

4. Karakteristik Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) dalam Hospatcaman, indikator perilaku konsumtif adalah :

a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

   Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang di tawarkan jika membeli barang tersebut.

b. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang di bungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut di bungkus dengan rapi dan menarik.

c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

   Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdanadan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen cenderung berperilaku yang di tandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang di anggap paling mewah.

e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status.

   Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdanadan, 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 suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

   Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang di idolakan dalam bentuk menggunakan asegala sesuatu yang di pakai oleh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang di tawarkan bila ia mengidolakan publiik figur tesebut.

g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.

   Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh ikln yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

h. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

   Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Dari delapan gaya tersebut ada empat gaya belanja yang dapat digolongkan sebagai ciri perilaku konsumtif., yaitu:

1. Konsumen menyukai barang bermerk. Individu cenderung menyukai dan membeli barang bermerk karena menganggap barang bermerk merupakan barang yang terbaik untuk digunakan.
2. Menyukai produk baru dan mengikuti mode. Individu cenderung mengunakan produk-produk yang dianggap sedang digemari

atau trend. Individu memperoleh kesenangan dengan membeli produk baru yang sedang trend tersebut. Hal ini dikarenakan rasa keingintahuan untuk mencoba produk baru yang sedang mode.

3. Kegiatan berbelanja dianggap sebagai rekreasi. Kegiatan berbelanja sebagai sesuatu yang menyenangkan bagi yang melakukannya. Individu suka dan menikmati kegiatan berbelanja serta menganggapnya sebagai kegiatan bersosialisasi.
4. Kegiatan berbelanja bersifat impulsive atau mendadak. Individu cenderung berbelanja secara "mendadak" tanpa memperdulikan seberapa banyak uang yang digunakan. Individu bahkan tidak mencari informasi terlebih dahulu untuk mendapatkan produk yang diinginkan.

Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif yang di kemukan Sumartono (2003:142) lebih bersifat penjelasan terhadap keinginan seseorang dalam melakukan pembelian yang tidak berdasarkan kebutuhan, sehingga peneliti menggunakan karakteristik dari Sumartono.

5. Perilaku Konsumtif Dalam Persepektif Islam

Islam adalah agama yang memiliki keunikan tersendiri dalam hal syari’ah, sangat komprehensif dan universal. Komprehensif berarti merangkum seluruh aspek kehidupan baik ritual maupun sosial *(mu’amalat).* Universal berarti dapat di tetapkan setiap waktu dan tempat.

Dalam hal konsumsi pun Isalam mengajarkan sanagat moderat dan sederhana, tidak berlebihan, tidak boros, dan tidak kekurangan karena pemboroasan adalah saudara-saudara syetan (QS. Al-Isra':27).

Konsumsi pada hakekatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melampui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang di halalkan. Konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang sama banyak dengan pendapatan, sehingga pendapatan habis. Karena mereka mempunyai kebutuhan jamgka pendek (dunia) dan kebutuhan jangka panjang (akhirat) (Diana, 2008:55).

Seperti yang dijelaskan dalam Surat Al-Isra' : 27

إِنَّ ٱلۡمُبَذِّرِينَ كَانُوٓاْ إِخۡوَٰنَ ٱلشَّيَٰطِينِۖ وَكَانَ ٱلشَّيۡطَٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورٗا ٢٧

Artinya: Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya. (Depag RI,2005:283).

Juga telah diterangkan dalam surat Al-maidah : 87

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تُحَرِّمُواْ طَيِّبَٰتِ مَآ أَحَلَّ ٱللَّهُ لَكُمۡ وَلَا تَعۡتَدُوٓاْۚ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُعۡتَدِينَ ٨٧

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan

janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. (Depag RI, 2005:122).

Di jelaskan dalam Surat Al-A'raf :31

۞ يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ ٣١

Artinya: Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Arti penting yang dapat dari ayat-ayat diatas adalah kenyataan bahwa kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik. Namun, bila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada diri manusia tersebut.

C. Remaja Akhir

1. Pengertian

Mahasiswa merupakan salah satu elemen masyarakat yang sedang melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi. Bila ditinjau dari segi biologis dan perkembangannya mahasiswa termasuk dalam masa remaja akhir.

Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari kata latin adolescere (kata bendanya, adolescentia yang berarti remaja) yang berarti "tumbuh" atau "tumbuh menjadi dewasa" ((Desmita, 2006:189).

Masa remaja adalah masa pemantapan identitas. Menurut sarwono masa remaja adalah masa transisi dari masa anak-anak ke dewasa. (Sarwono,2001). Masa remaja adalah waktu meningkatnya perbedaan di antara anak muda mayoritas, yang diarahkan untuk mengisi masa dewasa dan menjadikannya produktif, dan minoritas yang akan berhadapan dengan masalah besar.

istilah *adolescence* sesungguhnya memiliki arti yang luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik (Hurlock, 1999:206). Awal masa remaja berlangsung kira-kira dari 13 tahun sampai 16 tahun atau 17 tahun, dan akhir masa remaja bermula dari usia 16 atau 17 tahun sampai dengan 18 tahun, yaitu usia matang secara hukum (Hurlock,1999:206). Pandangan ini di dukung oleh Piaget (Hurlock, 1999) yang mengatakan bahwa secara psikologis, remaja adalah suatu usia di mana mulai terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia di mana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama atau paling tidak sejajar. Memasuki masyarakat dewasa ini mengandung banyak aspek afektif, lebih atau kurang dari usia pubertas.

Lazimnya masa remaja merupakan masa yang dimulai pada saat seorang anak secara seksual menjadi matang dan berakhir saat ia mencapai usia kematangan secara hukum. Menurut Monks et al (2004:262), secara global seseorang dikatakan memasuki masa remaja saat ia memasuki anatar 12-21 tahun, dimana remaja awal ada pada

usia 12-15 tahun, dimana remaja tengah ada pada usia 15-18 tahun, dimana remaja awal ada pada usia 18-22 tahun. Hal senada juga diungkapkan oleh Hurlock (1999:206) bahwa masa remaja akhir berada pada renatng usia 18/19-22/23 tahun.

Menurut Hurlock (1999), mahasiswa lebih banyak menghabiskan waktunya berada diluar rumah bersama-sama dengan teman sebayanya sehingga dengan mudah ia akan terpengaruh oleh sikap, pembicaraan, minat, penampilan dan perilaku teman- temannya daripada niali-nilai yang dianut oleh orang tuanya dengan kata lain mereka beranggapan bahwa dengan memakai model suatu produk tertentu mereka akan mudah diterima oleh teman-teman sebayanya atau diterima oleh suatu kelompok sosial tertentu atau bahkan malah dianggap berasal dari kelompok social ekonomi tertentu. Lebih lanjut Hurlock (1999) menambahkan bahwa bagi mahasiswa adalah hal yang sangat penting untuk mendapatkan dukungan social, popularitas dan lain-lain.

Jadi berdasarkan uraian diatas disimpulkan bahwa remaja akhir adalah individu yang berusia 18-21 tahun yang dicirikan dengan mencari identitas diri, memiliki sikap pandangan dan kepribadian yang mulai stabil dalam menghadapi dunia sekitarnya. Penyesuaian diri pribadi dan penyesuaian sosial yang dipengaruhi oleh sikap teman-teman sebaya dan juga publik figure yang mereka idolakan.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan menggunakan sampel remaja akhir putri yang berkisar usia 18 sampai 21. Pada remaja akhir sesuai

dengan perkembangannya sudah mulai berpikir realistik, dan bisa menentukan mana yang benar-benar dibutuhkan bukan berdasarkan kesenangan semata yang tanpa didasari dengan rasional.

D. Hubungan Antara Religiusitas Dengan Perilaku konsumtif

Kehidupan religiuistas pada remaja di pengaruhi oleh pengalaman keagamaan, struktur kepribadian serta unsur kepribadian lainnya. Pada masa remaja perkembangan keagamaan ditandai dengan adanya keragu-raguan terhadap kaidah-kaidah akhlak dan ketentuan-ketentuan agama. Namun pada dasarnya manusia remaja tetap membutuhkan agama sebagai pegangan dalam kehidupannya, terutama pada saat kesulitan.

Konsumsi pada hakekatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melampui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang di halalkan. Konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang sama banyak dengan pendapatan, sehingga pendapatan habis. Karena mereka mempunyai kebutuhan jangka pendek (dunia) dan kebutuhan jangka panjang (akhirat) (Diana, 2008:55).

Konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Bisa diakatakan sikap konsumtif adalah sikap menggunakan sesuatu tidak sesuai dengan keperluannya. Bisa juga diartikan sikap boros dalam menggunakan barang dan jasa. Sikap ini muncul

karena pengaruh iklan-iklan produser yang begitu gencar. Melihat iklan-iklan ini orang jadi tertarik untu menggunakan atau memakai produk mereka walaupun sipemakai belum tentu butuh, mungkin hanya karena gengsi dan hal lain.

Kaitannya perilaku konsumtif dengan mahasiswa putri UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yaitu dimana di kampus UIN selain mempelajari ilmu umum juga mempelajari ilmu-ilmu agama yang seharusnya tingkat religiusnya baik. Dimana harus bisa mengotrol dalam membeli barang yang bukan kebutuhannya. Selain itu mahasiswa UIN pada saat menjadi mahasiswa baru di wajibkan tinggal di ma'had selama satu tahun dengan mempelajari berbagai ilmu agama, dari situ seharusnya seorang mahasiswa UIN khususnya putri harus bisa menahan diri dalam membeli sesuatu yang tidak di perlukan. Dalam QS. Al- A'raf 7:31

۞ يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ ٣١

Artinya: Makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.(Depag RI, 2005:153).

Adapun selain toko-toko dan swalayan kampus UIN juga dekat dengan *mall* seperti MATOS. Yang menawarkan harga-harga bersaing di kalangan para penjual pakaian. Para mahasiswa putri terkadang awalnya hanya jalan-jalan saya ke *mall* tapi ketika ada kabar tentang diskon mereka tanpa berpikir lagi langsung beli saya barang itu seperti pakaian yang seharusnya tidak begitu di butuhkan.

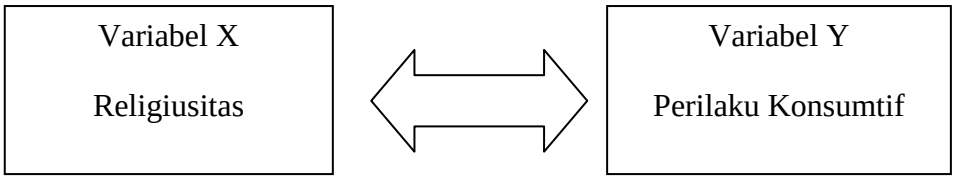
Reinold menyatakan bahwa remaja putri lebih banyak membelanjakan uangnya daripada remaja putera untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, asesoris, dan sepatu. Beberapa remaja puteri mengaku bahwa mereka tidak dapat menahan diri atau mengendalikan diri ketika mereka memiliki kebutuhan akan suatu produk atau barang yang hendak dibelinya. Adapun salah satu alasan mereka membutuhkan suatu barang saat itu, umumnya mereka tidak mempertimbangkan terlebih dahulu dan langsung membelinya karena yang utama adalah mereka mendapatkan barang yang diinginkannya saat itu juga. Remaja juga pada umumnya membeli sesuatu tidak berdasarkan kebutuhan dan kemampuan yang dimilikinya. Adapun alasan mereka adalah kalau tidak segera beli, mereka khawtir kehabisan atau tidak mendapatkannya. Seandanyaipun mereka tidak memilki uang, maka akan usaha yang mereka lakukan adalah dengan cara meminjam sebagian kekurangan uang dari total jumlah harga barang yang akan di belinya pada temannya. Selain itu, ketika mereka membutUhkan sesuatu mereka umumnya tidak melakukan survey terlebih dahulu. Alasan mereka adalah agar mereka tidak terlalu lama dalam memilih barang yang cocok dan sesuai dengan pilihan dan selera mereka (dalam Handayani, 2003 : 15).

Pada remaja putri tingkat gengsinya lebih tinggi di bandingkan dengan laki- laki. Mereka tidak mau kalah dengan teman-temannya. Apalagi bagi remaja yang belum menikah, penampilan itu nomer satu. Maka dari itu untuk menunjang penampilan yang bagus mereka rela mengeluarkan uang yang

tidak sedikit. Kebanyakan mereka tidak memperpedulikan apakah itu larangan bagi agama atau tidak, yang mereka inginkan hanya penampilan.

Seharusnya seorang Mahasiswa UIN harus bisa mengontrol keinginannya untuk berperilaku konsumtif, karena diharapkan mahasiswa UIN memiliki perilaku yang sesuai dengan kaidah-kaidah dalam Islam.

E. Kerangka Konsep



Gambar 2.1 kerangka Konsep

Religiusitas sebagai variabel X dimana adanya hubungan dengan Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.

F. Hipotesis

Ha: Terdapat hubungan yang negatif antara religiusitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya dan sebaliknya.

Ho: Tidak terdapat hubungan yang negatif antara religiusitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah sebuah penelitian dimana dalam penelitiannya banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasilnya (Arikunto S. 2006 :12).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasional. Riset korelasional bertujuan untuk mengetahui keeratan hubungan di antara variabel-variabel yang diteliti tanpa melakukan suatu intervensi terhadap variasi variabel-variabel yang bersangkutan.

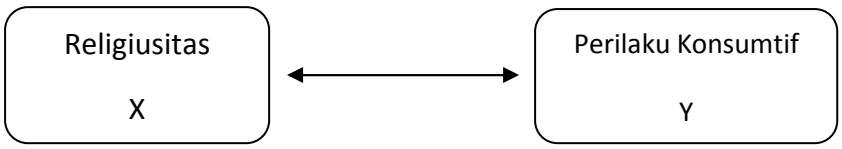
B. Identifikasi Variable

Variabel adalah segala sesuatu yang menjadi objek penelitian. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:83).

Variabel bebas (*independen*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). Dan variabel terikat (*dependen*) adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas.

1) Variabel Bebas : Religiusitas

2) Variabel Tergantung : Perilaku Konsumtif



C. Definisi Operasional

1) Religiusitas adalah sebagai pendalaman agama dalam diri seseorang yang terlihat melalui pengetahuan dan keyakinan seseorang akan agamanya serta dilaksanakan dalam kegiatan peribadatan dan perilakunya sehari-harinya meliputi dimensi keyakinan (*ideological),* praktik agama *(ritualistic),* pengalaman *(experiential),* pengetahuan agama *(intellectual),* dan konsekuensi *(consequential).*
2) Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang mengkonsumsi barang secara berlebihan berdasarkan kesenangan semata tanpa berpikir rasional.

D. Populasi & Sampel

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono, menjelaskan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Semester	Angktan	Jumlah keseluruhan	Jumlah mahasiswa perempuan	Jumlah mahasiswa Laki-laki
2	2010	189	120	69
4	2009	177	103	74
6	2008	175	115	60
Total		541		

Tabel 3.1 jumlah mahasiswa fakultas psikologi
(Sumber: Kantor BAK Fakultas Psikologi Tahun 2008-2010)

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteeristik tertentu. Di dalam menghadapi objek penelitian hampir homogen, maka populasi tidak perlu, cukup hanya mengambil sampel untuk mendapatkan data yang di perlukan. Kemudian Arikunto menegaskan apabila subyek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semuanya, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sebaliknya, jika subjek terlalu besar, maka sampel bisa diambil antara 10%-15%, hingga 20%-25% atau lebih, tergantung dari:

a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana
b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data,
c. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti.

Berdasarkan pada pendapat tersebut, maka peneliti mengambilan sampel dalam penelitiaan ini adalah 15% dari populasi yang ada, karena jumlah populasi melebihi 100. Sehingga diperoleh sample sebesar 51. Dengan menggunakan teknik *Purposive sampling*, yaitu teknik sampling yang digunakan oleh peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-

pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya. Orang-orang yang dipilih menjadi sample berdasarkan beberapa kriteria yang ditentukan.

Jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas psikologi. Yaitu mahasiswa putri fakultas psikologi.

Semester	Jumlah mahasiswa perempuan	Pengambilan sampel 15%
2	120	18
4	103	16
6	115	17
Total	338	51

Tabel 3.2 jumlah sampel yang diambil

Kriteria sampel :

a. Mahasiswa putri fakultas Psikologi

   Jenis kelamin mempengaruhi kebutuhan membeli, karena remaja putri cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan pria (Tambunan, 2001:1). Hal ini di perkuat oleh Reinold (dalam Rosandi, 2004) menyatakan bahwa remaja putri lebih banyak membelanjakan uangnya daripada remaja putera untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, asesoris, dan sepatu. Beberapa remaja puteri mengaku bahwa mereka tidak dapat menahan diri atau mengendalikan diri ketika mereka memiliki kebutuhan akan suatu produk atau barang yang hendak dibelinya.

b. Belum menikah

   Karena pada remaja yang belum menikah kebutuhannya berbeda dengan remaja yang sudah menikah. Bagi remaja yang belum menikah

lebih bebas jika ingin membeli barang tanpa memikirkan kebutuhan yang lain.

c. Semester 2 sampai 6

Karena pada semester 2 sampai 6 mereka masih aktif kuliah dan rata-rata berusia 19 sampai 21 tahun.

d. Usia 18 sampai 21 tahun

Pada usia 18 sampai 21 tahun disebut remaja akhir. Pada remaja akhir sesuai dengan perkembangannya sudah mulai berpikir realistik, dan bisa menentukan mana yang benar-benar dibutuhkan bukan berdasarkan kesenagan semata tanpa didasari rasional.

D. Metode Pengumpulan Data

Instrumen pengumulan data adalah alat bantu yang di pilih dan di gunakan oleh peneliti dalam kegiaatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya (Arikunto, 2005:222).

a) Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal hal-hal atau variable yang berupa catatan, jumlah mahasiswa. Data-data yang diperoleh dari dokumen ini dapat digunakan untuk menentukan jumlah populasi dan sampel penelitian.

b) Angket / kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden

untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efesien bila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2010:194).

Menurut Arikunto keuntungan kuesioner adalah:

1. Tidak memerlukan hadirnya peneliti dan dapat dibagikan serentak
2. Dapat dijawab menurut kecepatan dan waktu senggang responden
3. Dapat dibuat anonim, sehingga responden bebas dan tidak malu untuk menjawab
4. Dapat dibuat terstandar, sehingga pertanyaan semua responden adalah sama.

Sedangkan kelemahan dari kuesioner adalah:

1. Responden sering tidak teliti dalam menjawab dan adanya kejanuhan responden
2. Seringkali sukar untuk dicari validitasnya
3. Walaupun dibuat anonim, namun terkadang responden memberikan jawaban yang tidak jujur
4. Waktu pengembalian tidak bersama-sama dan bahkan sering tidak kembali

Bentuk pertanyaan atau pernyataan dalam penelitian ini adalah Skala yang akan diberikan kepada seluruh responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Skala digunakan untuk mengungkap suatu konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu (Azwar, 2007:5).

Jenis penskalaan yang digunakan pada penelitian ini adalah penskalaan likert. Menurut Azwar (2007 : 97) skala sikap model Likert berisi pernyataan-pernyataan sikap (*attitude statement)*, yaitu pernyataan yang *favorabel* (mendukung atau memihak pada objek sikap) dan pernyataan yang tidak *favorabel* (tidak mendukung objek sikap).

c) Wawancara

Wawancara digunakan sebagi teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus di teliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono , 2009:137).

E. Instrumen Penelitian

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket yaitu angket religiusitas dan angket perilaku konsumtif. Subyek di minta untuk menyatakan kesetujuan atau ketidak setujuan terhadap isi pernyataan. Untuk item religiusitas di berikan empat pilihan sedangkan item perilaku konsumtif diberikan lima pilihan.

1) Untuk item religiusitas

Respon	Favorabel	Unfavorabel
SS	4	1
S	3	2
TS	2	3
STS	1	4

Menurut C.Y.Glock & R.Strak (dalam Ancok dan Suroso, 2001:76). Menurut dua tokoh tersebut ada lima macam dimensi keberagamaan yaitu:

Tabel 3.3
Blue Print Religiusitas sebelum uji coba

No	Indikator	Deskriptor	Nomor Butir		Ttl
			Favorabel	Unfavorabel	
1	Dimensi keyakinan	Tingkat sejauh mana seseorang menerima hal-hal dogmatik dalam agamanya seperti: 1. Percaya kepada Allah 2. Percaya kepada malaikat 3. Percaya kepada Kitab-kitab 4. Percaya kepada Rasul 5. Percaya kepada hari akhir 6. Percaya kepada qodho' dan qhadar.	1,19,2,3,20, 21	18,34,35,36, 37,	11
2	Dimensi praktik agama	1. Menjalankan perintahNya 2. Menjauhi laranganNya	4,5,38,6,7, 25,	22,23,40,24,8	11
3	Dimensi pengalaman	1. Pengalaman seseorang atas hal-hal yang berhubungan dengan agamanya	9,27,39	26,10,42	6

4	Dimensi pengetahuan agama	1. Pengetahuan seseorang akan ajaran agama 2. Pengetahuan seseorang akan ilmu-ilmu agama	28,11,29,13, 31,14	41,12,30,43	10
5	Dimensi konsekuensi	1. Penerapan nilai-nilai agama dalam perilaku sehari-hari	15,16,17,33	32,44	6
Total			25	19	44

Peneliti meniadakan alternatife jawaban ragu-ragu atau netral di tengah dengan alasan sebagai berikut:

1) Alternatife jawaban tengah mempunyai arti ganda, bisa diartikan belum dapat memberikan jawaban, bisa juga diartikan netral (tanpa pilihan).
2) Tersedianya jawaban ditengah menimbulkan kecenderungan menjawab ditengah *(Central Tendency Affect),* terutama bagi mereka yang ragu-ragu antara setuju dan tidak setuju.
3) Pengunaan empat alternatif jawaban dimaksudkan untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah setuju/ tidak setuju. Jika disediakan kategori jawaban ditengah maka akan mengurangi banyaknya informasi yang akan di dapat dari responden (Hadi, 1993:81)

2) Untuk item perilaku konsumtif

Respon	Favorabel	Unfavorabel
Sangat sering	4	0
Sering	3	1
Pernah	2	2
Jarang	1	3
Tidak Pernah	0	4

Menurut Sumartono (dalam Hotpascaman, 2009:12), indikator perilaku konsumtif adalah :

Tabel 3.4
Blue Print Perilaku Konsumtif sebelum uji coba

No	Indikator	Deskriptor	Nomor Butir		Total
			Favorabel	Unfavorabel	
1	Membeli produk karena iming-iming hadiah	Membeli suatu barang karena ada hadiah dan diskon.	1,22,46	21,2,37	6
2	Membeli produk karena kemasannya menarik	Membeli karena kemasan suatu barang yang menarik dan unik.	3,24,47	23,4,39	6
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	Membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri dan untuk menjaga gengsi dari teman-temanya.	5,6,48,49	25,26,7	7
4	Membeli produk atas pertimbangan	Pembelian barang bukan atas dasar	8,27,41,52	9,10,50	7

	harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).	manfaat dan kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena individu suka akan kehidupan yang mewah			
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain	11,12,42, 51	28,29,	6
6	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankanka n	Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli.	13,30,31,	14,43,45	6
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri	Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk	32,15,44, 40	16,33,34	7

		menambah kepercayaan dirinya			
8	Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis	Cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain	17,18,35, 36	19,20,38	7
Total			29	23	52

F. Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas bersala dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2008 : 5).

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi *product moment*

N = Jumlah responden

$\sum x$ = Variabel yang pertama

$\sum y$ = Variabel yang kedua

Dalam melakukan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*statistical product and service solution*) 16.0 *for windows.* Validitas konstrak dari skala ditentukan dengan jalan mengkorelasikan antara masing-masing aitem dengan total

skor masing-masing aitem. Jika rxy atau r hitung > r tabel pada taraf signifikan 5% berarti aitem tersebut memenuhi kriteria validitas.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability* (Azwar,2008:4).

Hasil pengukuran dapat di percaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap sekelompok subyek yang sama di peroleh hasil yang relatif sama, yang berarti tetap adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran. Bila perbedaan-perbedaan tersebut sangat besar dari waktu ke waktu hasil pengukuran tidak dapat di percaya dam dikatakan tidak reliabel (Azwar :4).

$$r_{11} = [\frac{k}{k-1}][1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

$\sum \sigma_t^2$ = Varians total

Penghitungan reliabilitas dengan rumus di atas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*statistical product and service solution*) 16.0 *for windows.*

Untuk menentukan reliabilitasnya yaitu dengan menggunakan:

a. Jika r Alpha positif dan r Alpha > r Tabel, maka butir atau variabel tersebut reliabel
b. Jika r Alpha positif dan r Alpha < r Tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Try Out

Untuk mengetahui valid tidaknya aitem yang telah disusun pada angket Religiusitas dan pada angket Perilaku Konsumtif, maka peneliti melakukan Try out terlebih dahulu pada skala tersebut. Try out dilakukan untuk mengetahui validitas, daya beda, dan reliabilitas aitem. Apakah aitem-aitem dalam skala sudah mewakili seluruh indikator yang telah ditentukan, susunan sudah baik, atau belum dan mudah dipahami atau tidak. Aitem yang tidak memperlihatkan kualitas yang baik harus disingkirkan atau direvisi terlebih dahulu sebelum dimasukkan menjadi bagian dari angket.

Subjek try out adalah Mahasiswa putri Fakultas Psikologi yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan. Angket telah disebarkan pada Mahasiswa putri Fakultas Psikologi. Penyebaran angket ini di lakukan pada tanggal 10-20 juni 2011 di Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Try out ini terdiri dari dua angket yaitu angket Religiusitas dan Perilaku Konsumtif.

Analisis hasil Try Out menggunakan bantuan program SPSS versi *16.00 for windows.* Standar pengukuran yang digunakan untuk

penentuan analisis dan seleksi aitem berdasarkan pada pendapat Azwar (2007:103) bahwa aitem dikatakan valid apabila memiliki harga r_{ix} atau $r_{i(x-i)}$ lebih dari 0,03. Namun, apabila jumlah aitem yang valid ternyata belum mencukupi jumlah yang diinginkan, maka dapat menurunkan sedikit kriteria dari 0,03 menjadi 0,25 atau menurun lagi menjadi 0,02. Adapun standart yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah 0,03.

1. Hasil dari try out angket Religiusitas, di dapat aitem yang valid sebanyak 34 aitem. Dari 34 aitem yang valid memiliki daya beda ≥ 0,03, dapat di gunakan dalam penelitian yang sesuai dengan indikator yang mewakili dan merevisi aitem yang gugur atau yang tidak mewakili.

   Hasil try out pada angket religiusitas dapatkan hasil dari 44 aitem yang di try outkan ada 34 aitem yang valid dan 10 yang gugur, dengan nilai koefisien tertinggi 0,708 dan nilai koefisien terendah 0,317. Hasil analisis aitem pada variabel skala religiusitas diperoleh reliabilitas sebesar 0,931. Berikut ini Blue print angket religiusitas setelah try out.

Tabel 3.5
Blueprint religiusitas setelah dilaksnakan uji coba

No	Indikator	Deskriptor	Nomor Butir		Ttl
			Saheh	Gugur	
1	Dimensi keyakinan	Tingkat sejauh mana seseorang menerima hal-hal dogmatik dalam	1,3,18,19, 34,35,36,37, 20,21	2	9

		agamanya seperti: 1.Percaya kepada Allah 2. Percaya kepada malaikat 3. Percaya kepada Kitab-kitab 4. Percaya kepada Rasul 5. Percaya kepada hari akhir 6. Percaya kepada qodho' dan qhadar.			
2	Dimensi praktik agama	1. Menjalankan perintahN 2. Menjauhi laranganNya	4,22,5,23,40,6,24	38,6,7,25,8	6
3	Dimensi pengalaman	1. Pengalaman seseorang atas hal-hal yang berhubungan dengan agamanya	9,26,27,39	10,42	5
4	Dimensi pengetahuan agama	1. Pengetahuan seseorang akan ajaran agama 2. Pengetahuan seseorang akan ilmu-ilmu agama	28,41,11,29,13,30,31	12,14,43	7
5	Dimensi konsekuensi	1. Penerapan nilai-nilai agama dalam perilaku sehari-hari	15,32,16,17,33,44		6
Total			34		34

Tabel 3.6
Blueprint religiusitas setelah Penomoran baru

No	Indikator	Deskriptor	Nomor Butir		Ttl
			favorabel	Unfavorabel	
1	Dimensi keyakinan	Tingkat sejauh mana seseorang menerima hal-hal dogmatik dalam agamanya seperti: 1. .Percaya kepada Allah 2. Percaya kepada malaikat 3. Percaya kepada Kitab-kitab 4. Percaya kepada Rasul 5. Percaya kepada hari akhir 6. Percaya kepada qodho' dan qhadar.	1,2,4,5,24,	22,23,25,26	9
2	Dimensi praktik agama	1.Menjalankan perintahnya 2. Menjauhi laranganNya	6,7,9,	8,10, 27,28	7
3	Dimensi pengalaman	1. Pengalaman seseorang atas hal-hal yang berhubungan dengan agamanya	11,13,29,	12	4
4	Dimensi pengetahuan agama	1. Pengetahuan seseorang akan ajaran agama 2. Pengetahuan seseorang	14,15,16,17, 18	30,31	7

		akan ilmu-ilmu agama			
5	Dimensi konsekuensi	1. Penerapan nilai-nilai agama dalam perilaku sehari-hari	19,20,21,33	32,34	6
Total			21	13	34

2. Hasil dari try out angket perilaku konsumtif, di dapat aitem yang valid sebanyak 31 aitem. Dari 31 aitem yang valid memiliki daya beda ≥ 0,03, dapat di gunakan dalam penelitian yang sesuai dengan indikator yang mewakili dan merevisi aitem yang gugur atau yang tidak mewakili.

Hasil try out pada angket loyalitas pelanggan di dapatkan hasil dari 52 aitem yang di try outkan ada 31 aitem yang valid dan 21 aitem yang gugur, dengan nilai koefisien tertinggi 0,804 dan nilai koefisien terendah 0,314. Hasil analisis aitem pada variabel angket Perilaku konsumtif diperoleh reliabilitas sebesar 0,995. Dibawah ini blue print angket Perilaku konsumtif setelah Try Out.

Tabel 3.7
Blue Print Perilaku Konsumtif setelah dilaksanakan uji coba

No	Indikator	Deskriptor	Nomor Butir		Total
			Saheh	Gugur	
1	Membeli produk karena iming-iming hadiah	Membeli suatu barang karena ada hadiah dan diskon.	21,22, 46	1,2	3
2	Membeli produk karena	Membeli karena	3,24	23,4,39,47	2

	kemasannya menarik	kemasan suatu barang yang menarik dan unik.			
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	Membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri dan untuk menjaga gengsi dari teman-temanya.	5,6,26,48,49	25,7	5
4	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).	Pembelian barang bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena individu suka akan kehidupan yang mewah	8,27,41,10	9,52,50	4
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain	12,11,42,51	28,29	4
6	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankankan	Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model	13,14,30,31	43,45	4

		iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli.			
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri	Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya	32,16,15, 44,40	33,34	5
8	Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis	Cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain	17,18,35, 36	19,20,38	4
Total					31

Tabel 3.8
Blue Print Perilaku Konsumtif setelah penomoran baru

No	Indikator	Deskriptor	Nomor Butir		Total
			favorabel	Unfavorabel	
1	Membeli produk karena iming-iming hadiah	Membeli suatu barang karena ada hadiah dan diskon.	1,3	2	3
2	Membeli produk karena kemasannya	Membeli karena kemasan suatu	4,5	-	2

	menarik	barang yang menarik dan unik.			
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	Membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri dan untuk menjaga gengsi dari teman-temanya.	6,7,19,20	18	5
4	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).	Pembelian barang bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena individu suka akan kehidupan yang mewah	8,9,21	22	4
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain	10,11,23, 24	-	4
6	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankankan	Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang	12,25,28	13	4

		idola dari pembeli.			
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri	Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya	14,26,31 0,31	15	5
8	Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis	Cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain	16,17,27, 29	-	4
Total					31

G. Analisa Data

Koefisien korelasi adalah indek atau bilangan yang digunakan untuk mengukur derajat hubungan, meliputi kekuatan hubungan dan bentuk/ arah hubungan. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi *Product-Moment*. Untuk menguji adanya Hubungan Antara Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa putri Fakultas Psikologi.

1. Persiapan

Langkah persiapan dalam proses analisa data pada penelitian ini adalah:

a. Mengecek identitas yang diperlukan untuk pengolahan data selanjutnya.

b. Mengecek kelengkapan isi instrument pengumpulan data.

2. **Tabulasi**

Tabulasi adalah proses pembuatan table induk yang memuat susunan data penelitian berdasarkan klasifikasi yang sistematis, sehingga lebih mudah untuk dianalisis lebih lanjut. (Azwar, 2008). Tabulasi dalam proses analisa data pada penelitian ini diantaranya :

a. Memberi skor terhadap item pilihan alat pengumpulan data
b. Memberikan kode pada item sesuai dengan pengolahan data untuk proses pengolahan data dengan program analisis komputer.

3. **Penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian yang digunakan**

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini digunakan dua macam analisis data yaitu :

a. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberian deskriptif mengenai subyek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis. (Azwar, 2008). Analisis deskriptif ini menggunakan satu variabel atau lebih tapi bersifat mandiri, oleh karena itu analisis ini tidak berbentuk perbandingan atau hubungan.

Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk menjelaskan tingkat kemandirian dan tingkat perilaku konsumtif. Untuk mengetahui tingkat kemandirian dengan tingkat perilaku konsumtif ini adalah dengan menggunakan data yang telah terkumpul dari skala yang

digunakan, maka dalam perhitungan untuk mengetahui tingkat tersebut menggunakan langkah-langkah,diantaranya :

1) Mencari mean Hipotetik

Mean hipotetik = $\frac{(skor\ maksimal - skor\ minimal)}{2} + jumlah\ aitem$

2) Menghitung SD Hipotetik

SD Hipotetik = $\frac{Mean\ Hipotetik}{6}$

3) Kategorisasi

Kemudian dikategorisasikan yang digunakan untuk mengetahui tingkat kemandirian dan perilaku konsumtif.

Tabel.3.7
Standart Pembagian Klasifikasi

Kategori	Kriteria
Tinggi	**M + 1SD ≥ X**
Sedang	**M-1SD ≤ X < M + 1SD**
Rendah	**X<M-1SD**

4) Analisis prosentase

Analisis prosentasi dilakukan setelah mengetahui norma kategoisasi dan jumlah subyek yang ada dalam suatu kelompok. Dengan rumus sebagai berikut :

P = $\frac{F}{N}$ X 100

Keterangan :

P = Prosesntasi

F = Frekuensi

N = Jumlah subyek keseluruhan

b. Analisis Korelasi

Sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui korelasi antara variabel X dengan Variabel Y, maka penelitian menggunakan teknik analisis *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\left\{N\sum_x 2 - (\sum x)^2\right\}\left\{N\sum_y 2 - (\sum y)^2\right\}}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi person

X = variabel bebas

Y = Variabel terikat

Harga Rxy mununjukkan indeks korelasi anatara dua variabel yang dikorelasikan, setiap nilai korelasi mengandung dua makna, yaitu ada tidaknya dan besarnya korelasi. Dalam melakukan perhitungan dengan rumus-rumus tersebut diatas, peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Produck and Service Solution*) 16.0 *for windows.*

BAB IV
PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Lokasi Penelitian

Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

1. Sejarah Singkat Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan lembaga pendidikan tinggi yang berada di bawah naungan Departemen Agama dan secara fungsional akademik di bawah pembinaan Departemen Pendidikan Nasional. Bertujuan untuk mencetak sarjana psikologi muslim yang mampu mengintegrasikan ilmu psikologi dan keislaman (yang bersumber dari Al-Qur'an, Al-Hadist dan khazanah keilmuan Islam). Program studi psikologi pertama kali dibuka pada tahun 1997 sesuai dengan SK Dirjen Binbaga Islam No E/107/1997, kemudian menjadi Jurusan Psikologi tahun 1999 berdasarkan SK. Dirjen Binbaga Islam, No. E/138/1999, No. E/212/2001, 25 Juli 2001 dan Surat Dirjen Dikti Diknas No. 2846/D/T/2001, Tgl. 25 Juli 2001. Akhirnya pada tanggal 21 Juni 2004 terbit SK Presiden RI No.50/2004 tentang perubahan IAIN Suka Yogyakarta dan STAIN Malang menjadi UIN Malang dan telah melakukan perpanjangan izin penyelenggaraan program studi Psikologi Program Sarjana (S-1) pada UIN Malang Provinsi Jawa

Timur berdasarkan keputusan Diktis No. D/.II/233/2005 terakreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional (BAN) Perguruan Tinggi, No. 003/BAN-PT/Ak-X/S1/II/2007 dengan predikat baik.

Melalui Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang diperoleh beberapa keuntungan sebagai berikut:

a. Pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, dilaksanakan oleh tenaga pendidik yang profesional dan kompeten dalam bidangnya dan mampu membekali peserta didik dengan pengetahuan akademik yang memadai sehingga mampu mengaplikasikan keilmuannya dalam kehidupan sehari-hari.
b. Kurikulum dalam pendidikan psikologi disusun atau dirancang oleh tenaga profesional sehingga peserta didik dibekali dan dilatih ketrampilan untuk mampu menerapkan keilmuannya baik di dunia kerja, workshop, pelatihan maupun kegiatan-kegiatan psikologi lainnya.

2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

a. Visi Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menjadi Fakultas Psikologi terkemuka dalam penyelenggaraan pendidikan, pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat untuk menghasilkan lulusan di bidang psikologi yang memiliki kekokohan aqidah, kedalaman spiritual, keluhuran akhlak, keluasan

ilmu dan kematangan profesional serta menjadi pusat pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni yang bercirikan Islam serta menjadi penggerak kemajuan masyarakat.

b. Misi Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

1. Menciptakan sivitas akademika yang memiliki kemantapan aqidah, kedalaman spiritual dan keluhuran akhlaq.
2. Memberikan pelayanan yang profesional terhadap pengkaji ilmu pengetahuan psikologi.
3. Mengembangkan ilmu psikologi yang bercirikan Islam melalui pengkajian dan penelitian ilmiah.
4. Mengantarkan mahasiswa psikologi yang menjunjung tinggi etika moral.

c. Tujuan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menetapkan tujuan pendidikannya untuk menghasilkan sarjana psikologi yang:

1. Menghasilkan sarjana psikologi yang memiliki wawasan dan sikap yang agamis.
2. Menghasilkan sarjana psikologi yang memiliki kemampuan akademik dan atau profesional dalam menjalankan tugas.
3. Menghasilkan sarjana psikologi yang mampu merespon perkembangan dan kebutuhan masyarakat serta dapat melakukan

inovasi-inovasi baru dalam bidang psikologi yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

4. Menghasilkan sarjana psikologi yang mampu memberikan tauladan dalam kehidupan atas dasar nilai-nilai Islam dan budaya luhur bangsa.

3. Struktur Organisasi

(Terlampir)

4. Struktur Personalia

(Terlampir)

B. Pengujian Data dan Analisis Data

1. Pemaparan Data Penelitian

Pemaparan data hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang ingin diperoleh dideskripsikan dalam sub pembahasan deskripsi hasil penelitian. Peneliti membagi tiga kategori untuk mengetahui prosentase tingkat religiusitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa putri fakultas psikologi. Tiga kategori tersebut adalah tinggi, sedang dan rendah dengan memberikan skor standart terhadap masing-masing kategori, perhitungan sebagai berikut:

a. Tingkat Religiusitas

Menghitung nilai mean (μ) dan deviasi standart (σ) pada skala Religiusitas yang berjumlah ($\sum k$) 34 aitem

1) Menghitung Meanh hipotetik (μ) dengan rumus :

Mean hipotetik = $\frac{(skor\ maksimal - skor\ minimal)}{2} + jumlah\ aitem$

$\mu = \frac{1}{2}$ (4-1) .34

$\mu = \frac{1}{2}$ .102

μ = 51

2) Menghitung deviasi standart hipotetik (σ) dengan rumus :

$\sigma = \frac{1}{6}$ (X max $-$ X min)

$\sigma = \frac{1}{6}$ (104-76)

$\sigma = \frac{1}{6}$ (28)

σ = 4,7

3) Kategorisasi

Tabel 4.1
Rumusan Kategorisasi Religiusitas

No	Kategori	Kriteria	Skor Skala
1	Tinggi	X (Mean ≥ + 1 SD)	X > 55,7
2	Sedang	(Mean – 1 SD) ≤ X < (Mean + 1 SD)	46,3 ≤ X ≤ 55,7
3	Rendah	X < (Mean – 1 SD)	X < 46,3

4) Analisis Prosentase

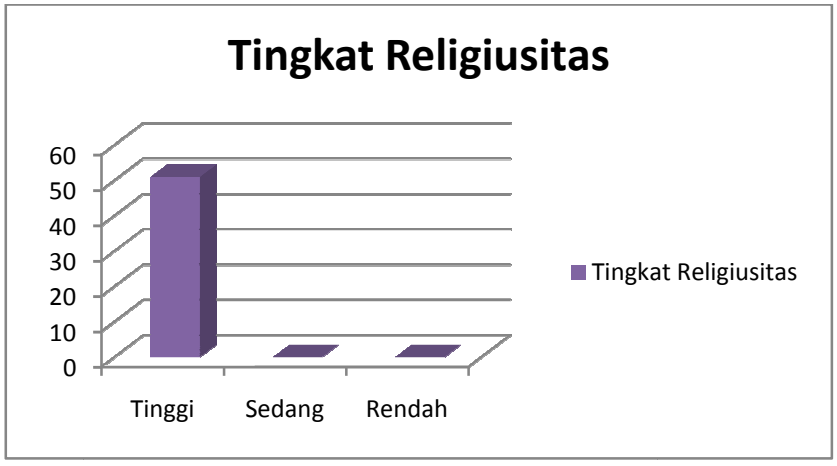
P = $\frac{F}{N}$ X 100

Tabel 4.2
Hasil Deskriptif Religiusitas

Variabel	Kategori	Kriteria	Frekuensi	(%)
Religiusitas	**Tinggi**	X > 55,7	**51**	**100%**
	Sedang	46,3 ≤ X ≤ 55,7	**0**	**0**
	Rendah	X < 46,3	**0**	**0**
	Jumlah			**100%**

` Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui deskripsi dari variabel Religiusitas pada mahasiswa putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang , yaitu 51 respon berada katagori tinggi dengan prosenatase 100%.

Grafik 4.1
Tingkat Religiusitas Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



b. Tingkat Perilaku Konsumtif

Menghitung nilai mean (μ) dan deviasi standart (σ) pada skala Perilaku Konsumtif yang berjumlah ($\sum k$) 31 aitem

1) Menghitung Meanh hipotetik (μ) dengan rumus :

Mean hipotetik = $\frac{(skor\ maksimal - skor\ minimal)}{2} + jumlah\ aitem$

$\mu = \frac{1}{2}$ (4-0) .31

$\mu = \frac{1}{2}$. 124

μ = 62

2) Menghitung deviasi standart hipotetik (σ) dengan rumus :

$\sigma = \frac{1}{6}$ (X max $-$ X min)

$\sigma = \frac{1}{6}$ (65-7)

$\sigma = \frac{1}{6}$ (58)

σ = 9,7

c. Kategorisasi

Tabel 4.3
Rumusan Kategorisasi Perilaku Konsumtif

No	Kategori	Kriteria	Skor Skala
1	Tinggi	X (Mean ≥ + 1 SD)	X > 71,7
2	Sedang	(Mean – 1 SD) ≤ X < (Mean + 1 SD)	55,3 ≤ X ≤ 71,7
3	Rendah	X < (Mean – 1 SD)	X < 55,3

d. Analisis Prosentase

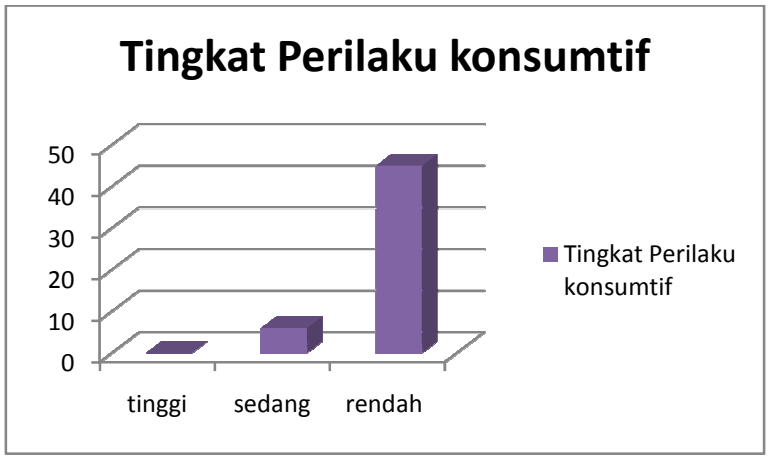
$$P = \frac{F}{N} X\ 100$$

Tabel 4.4
Hasil Deskriptif Perilaku Konsumtif

Variabel	Kategori	Kriteria	Frekuensi	(%)
Religiusitas	**Tinggi**	X > 71,1	**0**	**0**
	Sedang	55,3 ≤ X ≤ 71,7	**6**	**12%**
	Rendah	X < 55,3	**45**	**88%**
	Jumlah			**100%**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui deskripsi dari variabel Perilaku Konsumtif pada mahasiswa putri Fakultas Psikologi UIN malang , yaitu 6 respon berada pada tingkat sedang dengan prosentase 12% dan 45 respon berada pada tingkat rendah dengan prosentase 88%.

Grafik 4.2
Tingkat Religiusitas Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



2. Analisis Pengujian Hipotesis

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotetik dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* dari Pearson dengan bantuan program SPSS 16.0 *for Windows* yang bertujuan untuk mengetahui tingkat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

Hasil dari Korelasi *product moment* antara religiusitas dengan perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.5
Korelasi Religiusitas Deangan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	-.005
	Sig. (2-tailed)		.974
	N	51	51
Y	Pearson Correlation	-.005	1
	Sig. (2-tailed)	.974	
	N	51	51

Tabel 4.8

Perincian hasil Korelasi Religiusitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

r_{xy}	Sig	Keterangan	Kesimpulan
-0.005	0.974	$r_{xy} <$ Sig	**Berkorelasi Negatif**

Dari tabel tersebut ditunjukkan bahwa hasil korelasi di ketahui nilai r_{hit} -0.005 adalah nilai r tabel adalah 0.974. Hubungan Korelasi dikatakan signifikan atau mempunyai hubungan apabila r hitung lebih besar dari pada r tabel. Dari tabel yang terpapar teersebut, maka dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang negatif antara Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif. Jadi, Ha di terima dan Ho ditolak. Ha diterima karena terdapat hubungan yang negatif antara Religiusitas sebagai X dengan Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.

Hasil korelasi tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Yang di tunjukkan dengan reliabilitinya -0.005.

3. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Tingkat Religiusitas Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan atas data yang didapatkan dari penelitian, maka dapat diketahui religiusitas penelitian. Sebanyak 51 mahasiswa memiliki religiusitas yang tinggi dan tidak ada respon yang tergolong memiliki religiusitas rendah. Berdasarkan data yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa responden penelitian memiliki religiusitas yang tinggi. Hal ini berarti bahwa responden memiliki kualitas yang baik dalam lima dimensi keberagamaan yang dikemukakan oleh Glock & Stark (dalam Djamaludin & Suroso, 2005:) yaitu dimensi keyakinan, praktek agama, pengalaman, pengetahuan agama dan konsekuensi.

Dister (dalam Rahayu, 2003:135) mengartikan religiusitas sebagai keberagamaan, yang artinya adanya internalisasi agama di dalam diri seseorang. Selain itu juga mengatakan kalau religiusitas merupakan suatu keadaan dimana individu merasakan dan mengakui adanya kekuasaan tertinggi yang menaungi kehidupan manusia, dan hanya kepada-Nya manusia merasa bergantung serta berserah diri. Semakin seseorang mengakui adanya Tuhan dan kekuasaan-Nya, maka akan semakin tinggi tingkat religiusitasnya (dalam Zalfa, 2009:15).

Maka telah diketahui tingkat religiusitas pada mahasiswa putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malang Ibrahim Malang tinggi. Itu

berarti mereka telah menerapkan ajaran-ajaran yang mereka peroleh selama ini. Para mahasiswa telah belajar banyak tentang pendidikan agama selama kuliah di UIN dan mereka menerapkan dalam kehidupan sehari-hari. Mereka telah memahami konsekuensi dari setiap perbuatan yang mereka lakukan.

Seperti yang telah dikemukan oleh Thouless (2000: 29) yang mengemukakan salah satu faktor yang mempengaruhi religiusitas seseorang yaitu faktor sosial semua pengaruh sosial seperti: pendidikan dan pengajaran orangtua, tradisi ataupun berbagai tekanan sosial.

Bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi religiusitas adalah pendidikan, dimana mahasiswa disini selama satu tahun tinggal di mah'ad dengan mempelajari berbagai ilmu keislaman dan sebagainya. Adanya fiqih, hadist sehingga mereka memahami benar perilaku-perilaku yang mereka lakukan. Seperti melakukan perbuatan-perbutan yang dilarang oleh agama misal hidup boros.

Dikarenakan merek usia remaja akhir dan menginjak pada usia dewasa sehingga mereka bisa lebih matang dalam berpikir dan bertindak. Sehingga tingkat religiusitas pada mahasiswa putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim tinggi.

b. Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Dapat diketahui bahwa dari sampel penelitian 6 mahasiswa termasuk kategori berperilaku konsumtif sedang, 45 mahasiswa termasuk kategori berperilaku konsumtif rendah dan tidak ada responden yang termasuk berperilaku konsumtif tinggi. Jadi tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa putri Fakultas Psikologi tergolong rendah.

Jadi usia dapat mempengaruhi seseoarang melakukan perilaku konsumtif. Secara perkembangan sesorang yang memasuki usia dewasa perpikir secara logis dan realistik berbeda dengan pada usia remaja, sesuai yang di nyatakan oleh Tambunan (2001:1) bahwa remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.

Selain itu ada faktor ekonomi juga, orang yang mempunyai uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat.

Bagi mahasiswa yang memeliki keuangan yang banyak hidup konsumtif tidak menjadi masalah karena mereka merasa ada pemasukan yang banyak setiap bulan. Berbeda dengan mahasiswa yang keuangannya cukupan jadi untuk berperilaku konsumtif mereka masih memikirkan untuk kedepannya karena masih banyak kebutuhan yang benar-benar di butuhkan.

Selain usia seseoang yang berperilaku konsumtif harus didukung dengan finansial yang memadai untuk selalu menunujang keinginan yang diinginkan. Tanpa adanya uang yang banyak mereka tidak akan bisa membeli segala yang diinginkan.

Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa usia mempengaruhi seseoarang dalam melakukan perilaku konsumtif. Semakin dewasa seseorang akan berpikir secara realistik sehingga mereka menfaatkan uangnya dengan baik sesuai apa yang dibutuhkan.

c. Hubungan Antara Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Setelah didapatkan data-data di lapangan, maka data dianalisis untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara religiusitas dan perilaku konsumtif. Berdasarkan data yang didapat, ditemukan terdapat hubungan yang negatif antara religiusitas dengan perilaku konsumtif r = -0.005 (p> 0,005). Hal ini berarti bahwa hipotesis penelitian diterima yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara religiusitas dan perilaku konsumtif mahasiswa putri Fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Artinya adalah semakin tinggi tingkat religiusitas maka tingkat semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Sampel pada penelitian memiliki religiusitas yang tergolong tinggi. Seseorang yang memiliki religiusitas yang tinggi akan

memiliki perilaku yang sesuai dengan ajaran agamanya. Segala sesuatu yang diperintahkan oleh agamanya akan dilakukan dan sebaliknya apa yang dilarang oleh agamanya akan dijauhi atau dihindari. Agama Islam melarang umatnya untuk berperilaku konsumtif atau berhidup boros. Allah berfirman dalam surat Al-maidah : 87

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تُحَرِّمُواْ طَيِّبَٰتِ مَآ أَحَلَّ ٱللَّهُ لَكُمۡ وَلَا تَعۡتَدُوٓاْۚ
إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُعۡتَدِينَ ٨٧

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. (Depag RI, 2005:122)

Dapat ditarik kesimpulan bahwa seseorang yang memiliki religiusitas yang tinggi akan menjauhi perbuatan yang dilarang oleh Allah karena mengerti bahwa Allah tidak menyukai orang-orang yang hidup berlebihan. Seseorang yang memiliki religiusitas yang tinggi maka akan memiliki perilaku yang baik pula.

Sampel dinilai sudah mampu berperilaku dengan baik sesuai dengan agama, dimana responden tidak melakukan keborosan. Pada remaja akhir yang menuju ke dewasa awal mereka sudah mampu mempertimbangkan hal-hal yang baik dan buruk. Termasuk dalam berbelanja, responden sudah bisa membedakan mana kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan bukan hanya karena kesenangan semata.

Jalaludin (2002:223) menyebutkan adanya faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern meliputi hereditas (keturunan), usia, kepribadian, sekolah dan masyarakat. Itu bisa ditarik kesimpulan selain pendidikan menjadi faktor terbentuknya religiusitas, usia juga mempengaruhi semakin bertambah usia semakin matang juga dalam perpikir dan bertindak.

Berdasarkan data yang diperoleh, tingkat religiusitas pada mahasiswa tergolong tinggi dan perilaku konsumtif tergolong rendah. Hal ini berarti bahwa mahasiswa sudah mampu berperilaku dengan baik, dalam perilaku yang mereka lakukan sudah sesuai dengan ajaran yang diberikan oleh agama.

Banyakfaktor yang mempengaruhi seseoarang untuk melakukan konsumtif dari internal dan eksternalnya. Salah satu faktor internalnya adalah pribadi yang meliputi:

a) Usia
b) Pekerjaan
c) Ekonomi
d) Kepribadian
e) Jenis kelamin

Dari beberapa faktor diatas selain usia yang mempengaruhi seseorang untuk bertindak, apalagi seseorang yang menuju kedewasa cara pandang dan berpikirnya sudah mulai matang. Selain itu juga faktor ekonomi, orang yang mempunyai uang yang cukup akan

cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat Kotler (2000:223). Jadi religiusitas tidak mempengaruhi seseorang untuk tidak berperilaku konsumtif, dan ada faktor lain yang membuat seseorang berperilaku seperti yang telah diterangkan diatas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya. Maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal berikut ini:

1. Tingkat religiusitas pada 51 mahasiswa putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada tingkat religiuistas tinggi.
2. Tingkat Perilaku Konsumtif pada 6 mahasiswa berperilaku konsumtif sedang dan 45 mahasiswa berperilaku konsumtif rendah. Dengan kata lain perilaku konsumtif pada mahasiswa putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tergolong rendah, karena 88% mahasiswa perilaku konsumtifnya nilainya rendah.
3. Ada hubungan yang negatif antara religiuistas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa putri Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Yang ditunjukkan dengan r = -0.005 (p > 0,05) Hal ini berarti bahwa hipotesis penelitian diterima yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara religiusitas dan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Semakin tinggi religiuistasnya maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan kesimpulan, ada beberapa saran yang penulis sampaikan yaitu:

1. Bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

   Bagi mahasiswa hendaknya mempertahankan atau bahkan meningkatkan religiusitasnya melalui kegiatan-kegiatan keagamaan yang berada didalam kampus ataupun diluar kampus. Tujuannya adalah agar mahasiswa bisa meningkatkan religiusitasnya .

2. Bagi Lembaga Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

   Berusaha menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih mendukung bagi mahasiswa untuk meningkatkan dan mempertahankan religusitasnya.. Selain itu perlu juga adanya penjelasan agar mahasiswa lebih memahami tentang bahaya perilaku konsumtif.

2. Bagi Peneliti Lain

   Bagi peneliti selanjutnya yang ingin penelitian mengenai religiusitas dengan perilaku konsumtif dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi dalam melakukan penelitian lebih lanjut agar lebih memperbaiki karena dalam penelitian ini peneliti merasa ada keterbatasan dalam melakukan penelitian.

   a. Ada beberapa item-item dalam instrumen yang diperbaiki
   b. Penambahan atau perluasan sampel karena penelitian ini hanya menggunakan sampel Fakultas Psikologi.

c. Menambah variabel yang lain, seperti status ekonomi, uang saku dll.

DAFTAR PUSTAKA

Anggarasari, R. E. (1997) *Hubungan Tingkat Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga.* Yogyakarta: Skripsi Universitas Gajah Mada.

Arikunto, Suharsimi. (2005). *Manajemen Penelitian.* Jakarta: PT.Rineka Cipta.

Arikunto,Suharsimi.(2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Aryani, G. (2006). *Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja.* Semarang: Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan

Azwar, Syaifudin. (2009). *Penyusunan Skala Psikologi.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.

_____. (2009). *Reliabilitas dan Validitas.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset

Darajad, Z. 1998. *Ilmu Jiwa Agama.* Jakarta : Bulan Bintang.

Departemen Agama RI. (2005). *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: CV. Penerbit Diponegoro.

Diana, I. N. (2008). *Hadis-Hadis Ekonomi.* Malang: UIN-Malang Press.

Engel , Blackwell, Miniard. (1995). *Consumer Behavior.* USA: The Dryden

Hadi, Sutrisno. (1993). *Metodologi Research.* Yogyakarta : Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada.

Halim, D. (2008). *Psikologi Lingkungan Perkotaan.* Jakarta : Bumi Aksara.

Handayani, N. S. (2010). *Psikologi Konsumen* . (online 12/03/2011).

Hasibuan, E. P. (2009). *Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Puteri.* Sumatera Utara: Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.

Hotpascaman. (2009). *Hubungan Antara Perilaku konsumtif Dengan Konformitas Pada Remaja.* Sumatera Utara: Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.

Hurlock, E.B.1999. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta : Erlangga.

Jalaludin. (2002). *Psikologi Agama.* Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

M. Nur Gufron, R. R. (2010). *Teori-Teori Psikologi.* Jogjakarta: Ar-Ruz Media.

Mangkunegara, A. P. (2005). *Perilaku Konsumen.* Bandung : PT. Refika Aditama.

Muhammad Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Persepektif Ilmu Ekonomi Islam* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Monks, Knoers, Haditono. (2004). *Psikologi Perkembangan.* Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

Nashori, Fuad & Mucharam R.D, 2002. *Mengembangkan Kreatifitas dalam Persepektif Psikologi Islami*. Yogyakarta : Menara Kudus Yogyakarta.

Kholila. (2008). *Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Pengunjung Pasar Kaget di Wisata Belanja Tugu Gajayana Malang.* Malang: Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Kotler Philip, S. H. (2000). *Managemen Pemasaran Persepektif Asia.* Yogyakarta: ANDI.

Rahmah, A. (2009). *Hubungan Antara Tingkat Religiusitas Dengan Tingkat Disiplin Pada Santri Pondok Pesantren Mambaus Sholihin Gresik.* Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Sari, T. Y. (2009). *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Body Image Pada Remaja Putri.* Sumatera Utara: Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara .

Sarwono, S. W. (2001). *Psikologi Remaja.* Jakarta: Rajawali Press.

Swastha, Basu.1989. *Manajemen Penjualan.* Yogyakarta. Liberty.

Sugiyono. (2010). *Matode Penelitian.* Jakarya: PT Raja Grafindo Persada.

Tambunan, R. (2001). *Remaja Dan Perilaku Konsumtif (*onlione e-psikologi.remaja.com).

Thouless, R. H. (2000). *Pengantar Psikologi agama* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Umami, P. P. (1999). *Psikologi Remaja.* Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya (Anggota IKAPI).

DEPARTEMEN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
Jl. Gajayana No.50 Telepon / Faksimile (0341) 558916 Malang 65144
Website: www.uin-malang.ac.id / www.psikologi.uin-malang.ac.id

BUKTI KONSULTASI

Nama : Ima Hikmatul Khoir
NIM : 07410135
Jurusan /Fakultas : Psikologi/psikologi
Dosen Pembimbing : Retno Mangestuti, M.Si
Judul Skripsi : '' Hubungan Antara Religiusitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang''

No	Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Tanda tangan
1	20 Februari 2011	Pengajuan proposal	1.
2	01 Maret 2011	Revisi Proposal	2.
3	12 Maret 2011	ACC Proposal	3.
4	22 Maret 2011	Seminar Proposal	4.
5	21 April 2011	Konsultasi BAB I,II	5.
6	27 April 2011	Revisi BAB I,II	6.
7	06 Mei 2011	ACC BAB I,II	7.
8	13 Mei 2011	Konsultasi BAB III	8.
9	17 Mei 2011	ACC BAB III	9.
10	20 Mei 2011	Konsultasi Instrumen penelitian	10.
11	03 Juni 2011	ACC Instrumen penelitian	11.
12	05 Agustus 2011	Konsultasi BAB IV,V	12.
13	10 Agustus 2011	Revisi BAB IV,V	13.
14	28 agustus 2011	ACC BAB I,II, III, IV,V	14.
15	15 September 2011	ACC Skripsi	15.

Malang, 15 September 2011

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Retno Mangestuti, M.Si
NIP. 19750220 2003 12 2 004

Dekan Fakultas Psikologi

Dr. H. Mulyadi, M. Pd.I
NIP. 19550717 198203 1 005

Angket Religiuistas Tryout

Keterangan

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	PERNYATAAN	RESPON			
		SS	S	TS	STS
1	Saya mempercayai betapa besar kekuasan Allah				
2	Al-Qur'an adalah penyempurna dari kitab-kitab yang diturunkan Allah pada Rasul-Nya				
3	Segala perbuatan nanti akan ada hisabnya di hari akhir				
4	Saya melaksanakan sholat lima waktu, dan saya menyesal ketika meninggalkan satu waktu saja.				
5	Saya tahu manfaat dari puasa, oleh karena itu saya menjalankan puasa dengan sungguh-sungguh.				
6	Saya berusaha bersikap jujur sehari-sehari				
7	Saya mengetahui larangan-larangan dalam agama islam				
8	Meski tahu dosa saya tetap melakukan hal-hal yang di larang oleh agama.				
9	Dengan berdo'a membuat hati saya tenang.				
10	Semakin sering melakukan sholat semakin saya merasa dekat Allah.				
11	Saya tahu bahwa nabi Muhammad adalah suri tauladan bagi semua umatnya				
12	Ketika melakukan keburukan belum tentu mendapat keburukan				
13	Saya mengerti tentang ilmu-ilmu yang di ajarkan dalam islam karena mudah untuk				

	di pahami.				
14	Saya tahu Allah akan memberi pahala jika kita melakukan kebaikan dengan tulus.				
15	Boros adalah perbuatan yang dilarang oleh Allah				
16	Allah menyukai orang-orang yang hidup secara hemat dan sederhana				
17	Pemborosan itu ternasuk temannya syetan				
18	Musibah yang menimpa saya membuat saya ragu adanya Allah.				
19	Saya percaya dengan adanya malaikat.				
20	Saya percaya bahwa Allah penentu takdir dalam hidup ini.				
21	Saya percaya Muhammad adalah nabi terakhir yang di utus oleh Allah.				
22	Saya lebih mementingkan pekerjaan dibandingkan melakukan sholat.				
23	Puasa ramadhan tidak wajib bagi orang miskin.				
24	Melakukan perbuatan tercela meruapakn hak tiap manusia				
25	Dalam melakukan perbuatan saya tetap memikirkan baik buruknya				
26	Saya merasa biasa saja meski setiap hari berdo'a.				
27	Semakin sering melakukan sholat semakin saya merasa dekat Allah.				
28	Saya mengetahui hari-hari besar dalam Islam				
29	Jika menanam kebaikan maka akan menuai kebaikan				
30	Saya tidak mengerti tentang ilmu-ilmu yang di ajarkan dalam islam karena sulit untuk di mengerti.				
31	Saya tahu bahwa setiap manusia akan dimintai pertanggungjawaban akan semua perbuatannya di hari akhir nanti.				
32	Bagi saya boros itu bukan perbuatan berdosa				
33	Dalam agama tidak diperboleh hidup berlebi-lebihan				

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
34	Malaikat hanyalah bagian dari dongeng untuk anak-anak untuk membuat mereka banyak beribadah.				
35	Saya tidak menghafal sama sekali ayat-ayat yang ada di Al-Qur'an.				
36	Saya tidak percaya dengan adanya Kiamat.				
37	Saya tahu manusia itu sendiri penentu takdir dalam hidupnya.				
38	Membayar zakat dalah kewajiban bagi setiap umat islam.				
39	Saya begitu damai saat ayat-ayat Al-Qur'an di lantunkan.				
40	Dengan membayar zakat membuat harta saya berkurang.				
41	Saya kurang mengetahui hari-hari besar dalam islam				
42	Saya biasa saja ketika mendengarkan lantunan ayat al-qur'an karena saya tidak mengerti artinya				
43	Saya kurang begitu tahu tentang ilmu fiqih, tetapi saya tetap menjalankan kewajiban sebagai orang muslim.				
44	Saya lebih suka menghabiskan banyak uang untuk berbelanja dari pada bershadaqoh				

ANGKET PERILAKU KONSUMTIF TRYOUT

KETERANGAN

SS : Sangat Sering
S : Sering
P : kadang-kadang
J : Jarang
TP : Tidak Pernah

NO	PERNYATAAN	Ss	S	P	J	TP
1	Saya tertarik membeli barang yang ada diskonnya					
2	Bagi saya produk yang menawarkan suatu hadiah, kurang menarik untuk di beli					
3	Saya suka membeli barang karena kemasannya yang bagus dan unik					
4	Saya tidak tergiur untuk membeli barang meskipun bentuknya menarik					
5	Saya membeli pakaian yang sedang trend saat ini agar terlihat menarik					
6	saya gengsi kalau tidak memakai pakaian yang bagus dan mahal.					
7	Saya tidak begitu memperdulikan penampilan fisik					
8	Saya bangga memakai barang yang mahal dan bermerek					
9	Dalam membeli barang saya tidak melihat harganya melainkan manfaatnya dan kegunaannya.					
10	saya suka membeli barang dengan harga yang murah dan tidak bermerek.					
11	Saya senang berbelanja suatu produk di tempat orang-orang dari golongan kelas ekonomi keatas.					
12	Saya hanya membeli produk dengan merek-merek ternama dan yang menjadi idaman banyak orang.					
13	Saya akan membeli produk-produk yang di promosikan oleh artis terkenal.					

NO	PERNYATAAN	SS	S	P	J	TP
14	Meskipun banyak produk yang di promosikan oleh artis terkenal, akan tetapi saya tidak tertarik untuk membeli.					
15	Ketika membeli dan menggunakan produk yang mahal, semakin meningkatkan percaya diri saya.					
16	Saya tetap percaya diri meskipun membeli dan memakai pakaian yang tidak mahal.					
17	Saya menggunakan produk merek baru, meskipun produk yang lama belum habis.					
18	Saya senang mencoba berbagai produk dengan berbeda merek meskipun memiliki fungsi yang sama.					
19	Dalam membeli suatu barang saya tidak suka berganti-ganti merek.					
20	Saya setia menggunakan produk dengan merek yang lama.					
21	Meskipun ada diskon, saya tidak tertarik untuk membeli					
22	Saya senang membeli barang yang ada hadiahnya					
23	Saya membeli barang berdasarkan kualitasnya bukan berdasarkan kemasannya yang menarik					
24	Saya mudah tergiur untuk membeli barang karena bentuknya yang menarik					
25	saya bukan termasuk orang yang mengikuti mode					
26	Saya tidak gengsi memakai pakaian lama, yang penting saya nyaman					
27	Saya merasa puas dengan membeli barang yang mahal					
28	Saya biasa berbelanja suatu produk di pasar tradisional					
29	Saya senang berbelanja produk dengan merek yang tidak terkenal dan tetap keliahatan keren.					
30	Saya akan langsung membeli produk yang di iklan oleh artis favorit saya.					

NO	PERNYATAAN	SS	S	P	J	TP
31	saya akan memakai produk kecantikan seperti yang di pakai oleh artis-artis terkenal					
32	Saya senang berbelanja produk yang membuat tampil percaya diri					
33	Bagi saya barang yang tidak bermerek tetap membuat percaya diri					
34	Menurut saya produk yang mahal belum tentu bagus dan membuat saya percaya diri					
35	Saya suka berganti produk sejenis dengan merek-merek terbaru.					
36	Apabila ada produk tertentu baru di promosikan, saya akan langsung mencobanya.					
37	Dalam membeli barang saya tidak melihat ada hadiahnya atau diskonnya.					
38	Meskipun ada produk tertentu baru di promosikan, saya tidak akan langsung mencobanya					
39	Bagi saya kemasan tidak begitu penting dalam membeli suatu barang.					
40	Bagi saya semakin mahalnya produknya maka percaya diri itu akan semakin tinggi					
41	Saya rela mengeluarkan uang banyak demi membeli produk-produk mewah					
42	Berbelanja suatu produk di tempat “high class” membuat saya tanpak lebih keren					
43	Saya tidak mudah tergoda membeli produk meskipun di iklan kan oleh artis-artis terkenal.					
44	Menurut saya menggunakan produk dengan harga yang mahal dapat membuat saya lebih menarik					
45	Saya tidak begitu peduli dengan produk yang di iklankan oleh artis terkenal					
46	Saya cenderung membeli produk yang berlebel ”beli1 gratis 1”					
47	Saya akan tergiur jika produk di kemas dengan warna favorit saya.					
48	Saya membeli pakaian yang mahal agar terlihat cantik.					

NO	PERNYATAAN	SS	S	P	J	TP
49	Saya gengsi kalau membeli barang yang murah dan pasaran.					
50	Menurut saya barang yang bermerek dan mahal tidak selalu bagus.					
51	Saya senang berbelanja produk dengan merek terkenal agar tampak keren.					
52	Dalam membeli barang saya melihat harganya tanpa memikirkan manfaatnya.					

Keterangan : Yang berwarna ungu adalah item-item yang gugur saat melakukan tryout

IDENTITAS DIRI

Nama : **(boleh samaran)**

Usia :

Semester :

Status :

- **Berilah tanda (√/X) pada pernyataan di bawah ini sesuai dengan kondisi yang anda rasakan. Tidak ada jawaban yang benar atau yang salah.**

Keterangan

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	PERNYATAAN	RESPON			
		SS	S	TS	STS
1	Saya mempercayai betapa besar kekuasan Allah				
2	Saya percaya dengan adanya malaikat				
3	Saya tidak menghafal sama sekali ayat-ayat yang ada di Al-Qur'an.				
4	Saya percaya bahwa Allah penentu takdir dalam hidup ini.				
5	Saya percaya Muhammad adalah nabi terakhir yang di utus oleh				
6	Saya melaksanakan sholat lima waktu, dan saya menyesal ketika meninggalkan satu waktu saja.				
7	Saya tahu manfaat dari puasa, oleh karena itu saya menjalankan puasa dengan sungguh-sungguh.				

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
8	Saya menjalani puasa sebatas kewajiban saja.				
9	Saya berusaha bersikap jujur dalam sehari-hari				
10	Melakukan perbuatan tercela itu tidak akan mendapat hukuman dari Allah.				
11	Dengan berdo'a membuat hati saya tenang				
12	Saya merasa do'a-do'a saya tidak pernah di kabulkan oleh Allah				
13	Saya begitu damai saat ayat-ayat Al-Qur'an di lantunkan				
14	Saya mengetahui hari-hari besar dalam Islam				
15	Saya tahu bahwa nabi Muhammad adalah suri tauladan bagi semua umatnya				
16	Jika menanam kebaikan maka akan menuai kebaikan juga				
17	Saya mengetahui tentang halal dan haram yang di ajarkan oleh agama				
18	Saya tahu bahwa setiap manusia akan dimintai pertanggungjawaban akan semua perbuatannya di hari akhir nanti				
19	Boros adalah perbuatan yang dilarang oleh Allah				
20	Allah menyukai orang-orang yang hidup secara hemat dan sederhana				
21	Dalam agama tidak diperboleh hidup berlebi-lebihan				
22	Terkadang saya meragukan dengan adanya Allah				
23	Malaikat hanyalah bagian dari cerita untuk anak-anak agar mereka banyak beribadah				
24	Segala perbuatan nanti akan ada hisabnya di hari akhir				
25	Saya tidak percaya dengan adanya hari Kiamat				
26	Saya tahu manusia itu sendiri penentu takdir dalam hidupnya				
27	Saya lebih mementingkan pekerjaan dibandingkan melakukan sholat				
28	Dengan membayar zakat membuat harta saya berkurang				
29	Semakin sering melakukan sholat semakin saya merasa dekat Allah				

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
30	Saya kurang mengetahui hari-hari besar dalam islam				
31	Saya kurang mengetahui tentang halal dan haram yang di ajarkan oleh agama				
32	Bagi saya boros itu bukan termsuk perbuatan yang dibenci oleh Allah				
33	Pemborosan itu termasuk temannya syetan				
34	Saya lebih suka menghabiskan banyak uang untuk berbelanja dari pada bershadaqoh				

ANGKET PERILAKU KONSUMTIF

KETERANGAN

SS : Sangat Sering
S : Sering
P : Pernah
J : Jarang
TP : Tidak Pernah

NO	PERNYATAAN	Ss	S	P	J	TP
1	Saya senang membeli barang yang ada hadiahnya					
2	Meskipun ada diskon, saya tidak tertarik untuk membeli					
3	Saya cenderung membeli produk yang berlebel ”beli1 gratis 1”					
4	Saya suka membeli barang karena kemasannya yang bagus dan unik					
5	Saya mudah tergiur untuk membeli barang karena bentuknya yang menarik					
6	Saya membeli pakaian yang sedang trend saat ini agar terlihat menarik					
7	Saya gengsi kalau tidak memakai pakaian yang bagus dan mahal					
8	Saya bangga memakai barang yang mahal dan bermerek					
9	Saya rela mengeluarkan uang banyak demi membeli produk-produk mewah atau ternama					
10	Saya hanya membeli produk dengan merek-merek ternama					
11	Saya senang berbelanja suatu produk di butik dengan harga yang mahal					
12	Saya akan membeli produk-produk yang di promosikan oleh artis terkenal					
13	Meskipun banyak produk yang di promosikan oleh artis terkenal, akan tetapi saya tidak tertarik untuk membeli					
14	Saya senang berbelanja produk yang membuat saya tampil percaya diri					
15	Saya tetap percaya diri meskipun membeli dan memakai pakaian yang					

	tidak mahal					
NO	**PERNYATAAN**	**SS**	**S**	**P**	**J**	**TP**
16	Saya menggunakan produk merek baru, meskipun produk yang lama belum habis					
17	Saya senang mencoba berbagai produk dengan berbeda merek meskipun memiliki fungsi yang sama.					
18	Saya tidak gengsi memakai pakaian lama, yang penting nyaman					
19	Saya membeli pakaian yang mahal agar tampak cantik					
20	Saya gengsi kalau membeli barang yang murah dan pasaran					
21	Saya merasa puas apabila membeli barang yang mahal					
22	Saya suka membeli barang dengan harga yang murah dan tidak bermerek					
23	Berbelanja suatu produk di tempat “high class” membuat saya tanpak lebih keren					
24	Saya senang berbelanja produk dengan merek terkenal agar tampak keren					
25	Saya akan langsung membeli produk yang di iklan oleh artis favorit saya					
26	Ketika membeli dan menggunakan produk yang mahal, semakin meningkatkan percaya diri saya					
27	Saya suka berganti produk sejenis dengan merek-merek terbaru					
28	Saya akan memakai produk kecantikan seperti yang di pakai oleh artis-artis terkenal					
29	Apabila ada produk tertentu baru di promosikan, saya akan langsung mencobanya					
30	Bagi saya semakin mahalnya produk maka percaya diri itu akan semakin tinggi					
31	Menurut saya menggunakan produk dengan harga yang mahal dapat membuat saya lebih menarik					

UJI COBA PERILAKU KONSUMTIF

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
3	2	3	3	4	1	1	4	2	2	2	3	3	3	4	2	3	3	2	2	2	3	2	4	3	2	3	3	2	3
1	3	2	3	4	3	3	0	0	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	3	3	1	3	2	4	2	1	0	1	1
2	3	2	4	2	1	1	3	4	3	3	4	3	3	3	2	1	1	3	3	3	1	1	3	3	1	3	3	1	1
3	3	3	3	2	1	2	1	0	2	1	1	1	3	1	0	2	1	2	3	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1
3	3	2	4	4	3	2	2	0	1	2	0	0	1	3	1	2	1	2	2	3	3	4	1	3	1	2	1	1	0
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	3	2	1	2	1	2	3	2	1	2	1
3	3	2	2	4	3	3	2	3	2	1	2	2	2	3	1	1	3	1	1	3	3	1	2	2	2	2	1	1	0
3	3	3	4	4	2	4	1	1	3	3	1	3	3	3	2	2	1	2	4	4	3	3	4	0	0	3	1	1	3
3	3	3	3	2	0	3	2	0	1	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	2	3	1	3	3	0	1	1	1	0
3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	3	0	1	0	4	4	3	3	2	2	1	0	1	1	1	0
1	3	2	2	3	1	2	1	1	3	0	1	0	3	2	0	1	3	2	4	3	2	0	3	1	1	1	3	1	1
3	3	2	3	3	1	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1
3	3	2	2	3	1	4	3	0	3	1	2	2	1	3	2	1	1	1	2	3	1	0	2	3	1	1	3	3	0
3	3	3	2	4	3	3	3	1	2	2	2	1	3	3	1	2	2	3	4	3	2	1	3	3	1	3	2	2	1
3	1	1	2	3	1	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	2	2	1	1	1
3	2	3	2	4	2	1	1	0	1	1	2	1	3	1	3	3	3	3	1	1	3	2	3	4	1	2	0	1	2
2	3	3	3	3	0	1	1	0	2	1	0	2	3	1	1	1	1	4	2	3	4	2	1	1	4	1	0	1	0
2	3	1	3	2	0	4	0	1	2	0	0	0	3	0	0	0	0	3	1	1	2	0	3	3	1	0	1	2	0
3	3	1	1	4	0	1	3	4	1	3	1	1	3	3	1	2	1	4	4	3	3	1	3	3	1	3	1	3	0
3	3	2	2	4	2	2	2	0	2	2	1	2	2	2	0	1	2	2	2	3	3	0	2	2	1	2	1	0	1
2	2	1	2	2	0	3	0	1	1	2	0	0	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	4	0
3	2	2	0	1	0	2	1	0	2	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	3	0	1	1	0	2
3	2	2	1	1	0	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	2	0	1	2	0	0	1	1	0

1	3	1	3	1	1	4	0	1	1	0	0	0	4	0	1	0	0	1	1	1	3	3	1	4	1	0	4	4	0
1	2	3	3	2	0	3	4	1	3	1	1	2	3	2	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2
2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	1	2	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	1	0
3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	1	3	3	3	2	3	2	1	3	3	2	1	3	3	3	3	3	1
3	3	2	2	1	1	1	2	2	2	1	0	0	2	2	1	1	1	2	2	3	1	2	3	3	0	1	3	1	1
3	2	3	3	3	2	2	3	1	2	3	3	3	3	4	2	4	4	2	2	3	3	1	4	3	2	3	2	2	4
3	2	2	1	1	0	2	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	4	0

31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	
3	3	2	2	2	4	2	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	113
0	4	1	1	3	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	70
1	3	2	1	2	1	1	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	89
1	2	3	3	2	1	3	2	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	71
0	2	1	2	2	1	2	2	3	3	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	77
0	2	3	2	1	2	3	3	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	78
1	2	2	2	4	1	2	2	2	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	83
0	4	0	1	1	3	1	1	2	2	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	93
0	2	1	1	1	1	1	1	3	1	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	58
0	3	3	2	2	2	2	3	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	74
0	1	1	1	3	1	2	2	4	3	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	72
2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	67
2	3	3	2	1	1	1	1	2	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	77
2	2	1	1	3	2	1	1	2	3	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	92
1	3	1	1	0	1	2	1	2	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	63
3	3	0	1	2	3	3	2	1	3	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	83
3	4	0	2	2	3	4	0	2	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	76
1	2	1	2	0	0	1	4	1	0	1	1	4	1	1	1	2	1	1	3	1	1	68
1	3	1	1	3	0	1	1	1	3	1	3	1	3	1	1	0	2	1	1	3	1	98
1	4	0	1	1	2	3	2	2	1	1	0	3	1	0	2	2	2	1	4	1	1	88
1	3	0	1	1	1	2	2	2	1	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1	0	1	69
2	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	2	1	0	2	1	2	1	1	1	1	2	55
1	1	1	1	1	1	2	1	1	0	1	1	1	0	1	2	2	1	1	1	1	2	50
1	0	3	4	0	0	1	1	4	0	1	1	4	0	3	3	2	1	1	4	0	4	82

1	2	3	3	2	1	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	3	104
1	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	127
1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	2	2	2	3	2	2	2	127
1	1	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1	3	1	3	3	2	1	1	3	1	1	85
4	4	1	1	3	3	1	1	1	4	4	4	1	4	1	3	3	3	3	1	3	1	135
2	3	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	3	3	2	1	79

HASIL PENELITIAN PERILAKU KONSUMTIF

4	5	6	7	8	9	10	11	12	15	16	17	19	20	21	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	3	52	rendah
2	1	3	0	0	0	0	0	1	1	2	3	1	0	0	3	2	1	3	3	1	1	2	3	33	rendah
4	2	3	0	0	0	1	0	0	0	1	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	rendah
4	2	2	0	0	1	4	3	1	1	3	3	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28	rendah
2	2	4	1	1	0	2	0	0	4	1	1	0	0	0	2	1	0	1	3	1	0	0	0	26	rendah
1	3	3	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	25	rendah
2	1	1	1	0	0	1	0	0	3	0	1	3	2	2	0	2	2	0	0	1	1	1	1	25	rendah
2	2	1	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	14	rendah
1	1	1	0	0	0	0	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	11	rendah
4	4	2	2	3	2	3	1	1	1	3	2	2	1	3	2	2	0	1	1	1	2	0	1	44	rendah
3	2	3	0	2	1	1	2	3	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	38	rendah
3	3	1	1	4	2	1	2	0	0	2	1	2	2	2	3	2	0	2	1	2	2	3	3	44	rendah
1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	15	rendah
1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	29	rendah
4	3	3	2	3	2	2	1	0	0	0	2	2	2	3	2	3	0	3	2	1	1	1	1	43	rendah
1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	23	rendah
2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	rendah
3	3	4	1	1	3	2	0	0	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	53	rendah
1	2	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	2	1	1	0	1	1	25	rendah
2	3	3	1	1	1	2	2	0	1	2	3	1	0	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	39	rendah
3	3	1	0	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	13	rendah

1	1	3	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	rendah
4	4	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12	rendah
2	1	0	0	1	0	0	2	1	0	1	0	1	1	3	2	2	0	2	0	0	0	1	2	22	rendah	
3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	rendah
1	2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	2	1	0	1	1	0	17	rendah	
1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	7	rendah	
3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	33	rendah	
1	1	2	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	2	0	1	1	0	1	1	19	rendah	
4	4	0	0	4	1	2	0	2	0	3	4	0	0	4	0	2	1	3	3	0	0	0	3	40	rendah	
3	3	1	1	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	2	0	2	0	0	18	rendah	
1	1	1	1	2	1	1	0	0	1	1	2	1	1	2	1	1	0	1	1	0	0	2	2	24	rendah	
1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	2	3	2	1	2	1	2	0	1	3	1	0	0	2	28	rendah	
1	2	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	15	rendah	
2	0	1	0	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	2	1	1	0	1	2	1	0	1	1	22	rendah	
2	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	rendah	
3	3	2	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	20	rendah	
3	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	3	1	2	1	1	2	3	1	1	1	1	1	44	rendah	
2	0	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	10	rendah	
2	2	3	2	1	2	3	3	1	1	3	3	3	3	3	2	1	1	2	1	3	2	1	1	60	sedang	
2	2	2	2	2	2	2	3	0	0	1	3	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	2	0	28	rendah	
4	4	4	1	4	4	3	3	1	0	3	3	4	4	3	3	4	1	3	1	3	0	1	1	62	sedang	
3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3	3	3	65	sedang	
3	4	4	4	4	4	4	0	4	4	2	4	1	3	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	60	sedang	
3	4	4	4	4	4	4	0	4	4	2	4	1	3	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	60	sedang	
3	4	4	4	4	4	4	0	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	59	sedang	

2	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	10	rendah
1	2	2	1	2	0	0	0	2	0	0	2	0	2	2	0	0	2	3	0	0	2	0	0	23	rendah
2	0	0	2	1	0	1	0	0	1	2	0	1	1	2	0	0	0	0	2	0	0	2	2	19	rendah
1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	14	rendah
2	3	1	0	1	1	3	2	1	2	2	3	2	1	3	3	3	1	2	1	0	0	2	2	41	rendah

UJI COBA RELIGIUISTAS

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	2	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3
4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	3	4
4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	1	3	4	3	1	3	3	3	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	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	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	2	3	3	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	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
4	4	4	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	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	4	2	3	2	3	3
4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	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	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3
3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	1	3	4	3	4	3	1	4	2	1	2	3	3	3	1	3	3	2	2
4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	3	4	2	4	3	2	3	3	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3

4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4

31	32	33	34	35	36	37	38	39	4	41	42	43	44	
3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	119
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	162
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	161
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	2	4	147
4	1	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	3	152
4	1	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	2	4	140
3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	138
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	171
4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	140
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	165
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	160
3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	139
4	2	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	154
4	2	3	2	2	1	2	4	3	4	2	3	2	3	133
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	144
3	4	3	4	4	4	1	4	4	4	2	3	1	4	152
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	172
4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	162
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	164
4	2	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	1	3	150
4	2	3	4	3	3	1	4	3	3	3	1	2	3	125
4	2	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	1	3	147

4	3	4	4	3	4	2	2	4	4	4	2	2	3	158
4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	1	1	4	162
4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	164
4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	152
4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	160
4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	2	3	2	4	158
4	2	3	4	3	4	2	3	4	4	2	3	1	3	155
4	2	3	2	2	1	2	4	3	4	2	3	2	3	146

HASIL PENELITIAN RELIGIUSITAS

4	5	7	8	10	11	12	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	27	28	29	30	31	32	34		
4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	97	Tinggi
3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	76	Tinggi
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	4	103	Tinggi
3	3	3	2	1	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	65	Tinggi
4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	93	Tinggi
4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	2	2	3	84	Tinggi
3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	80	Tinggi
4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	88	Tinggi
4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	88	Tinggi
4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	93	Tinggi
3	4	3	2	2	4	2	3	3	4	3	4	3	3	4	2	1	3	3	3	3	4	3	2	3	3	77	Tinggi
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	95	Tinggi
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	94	Tinggi
3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	81	Tinggi
4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	91	Tinggi
4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	85	Tinggi
3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	87	Tinggi
3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	95	Tinggi
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	93	Tinggi
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	92	Tinggi
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	80	Tinggi
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	102	Tinggi

4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	93	Tinggi
4	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	2	82	Tinggi
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	103	Tinggi
3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	86	Tinggi
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	104	Tinggi
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	97	Tinggi
3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	4	4	94	Tinggi
3	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	3	4	3	1	4	1	3	76	Tinggi
4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	90	Tinggi
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	81	Tinggi
4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	86	Tinggi
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	92	Tinggi
3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81	Tinggi
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	86	Tinggi
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	2	2	4	2	92	Tinggi
4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	91	Tinggi
4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	81	Tinggi
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	1	4	92	Tinggi
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102	Tinggi
4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	90	Tinggi
4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	2	83	Tinggi
4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3	94	Tinggi
4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3	94	Tinggi
4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	95	Tinggi
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	89	Tinggi

4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	94	Tinggi
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	96	Tinggi
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	94	Tinggi
4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	97	Tinggi

UJI COBA RELIGIUSITAS

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	34

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	114.5667	127.633	.591	.930
VAR00003	114.5667	128.599	.421	.931
VAR00004	114.8333	124.902	.556	.929
VAR00005	114.9000	125.197	.506	.930
VAR00006	115.0333	127.206	.317	.931
VAR00009	114.7000	126.424	.491	.930
VAR00011	114.7000	126.424	.491	.930
VAR00013	115.2333	125.289	.474	.930
VAR00015	115.0667	122.754	.636	.928

VAR00016	115.0000	126.276	.398	.931
VAR00017	115.2333	121.495	.598	.929
VAR00018	114.9667	120.378	.558	.929
VAR00019	114.8333	124.075	.635	.929
VAR00020	114.7667	123.495	.632	.929
VAR00021	114.7333	122.478	.593	.929
VAR00022	115.1667	118.695	.635	.928
VAR00023	115.0333	122.723	.451	.931
VAR00024	115.2333	119.771	.587	.929
VAR00026	115.4000	122.455	.516	.930
VAR00027	114.6333	125.482	.708	.929
VAR00028	115.3333	123.747	.598	.929
VAR00029	114.8333	122.489	.686	.928
VAR00030	115.0667	123.513	.574	.929
VAR00031	114.6667	127.609	.389	.931
VAR00032	115.6000	119.214	.523	.930
VAR00033	115.0000	125.655	.454	.930
VAR00034	114.8667	121.361	.630	.928
VAR00035	115.2000	124.441	.473	.930
VAR00036	114.9667	120.447	.554	.929
VAR00037	115.9333	119.306	.560	.930
VAR00039	114.9667	124.102	.595	.929
VAR00040	114.7000	126.355	.499	.930
VAR00041	115.5333	124.533	.409	.931
VAR00044	115.2333	122.806	.509	.930

HASIL PENELITIAN RELIGIUSITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	51	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	51	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	25

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00004	3.2353	1.10613	51
VAR00005	2.9412	1.19016	51
VAR00006	2.7843	1.23796	51
VAR00007	1.9804	1.12232	51
VAR00008	2.4706	1.34689	51
VAR00009	1.8824	1.05161	51
VAR00010	2.0196	1.06752	51
VAR00011	1.7647	.99173	51
VAR00012	1.7843	1.02594	51
VAR00016	2.4118	.89836	51
VAR00017	2.5294	1.11987	51
VAR00018	2.1569	1.08393	51
VAR00019	2.1961	1.09580	51

VAR00020	1.9020	.90011	51
VAR00021	2.3529	1.07375	51
VAR00022	2.7451	1.12859	51
VAR00023	2.2353	1.06936	51
VAR00024	2.0196	.88295	51
VAR00025	1.6078	.77662	51
VAR00026	2.0980	.94350	51
VAR00027	2.0392	.93725	51
VAR00028	1.7451	.74413	51
VAR00029	1.7059	.80732	51
VAR00030	1.7647	.76389	51
VAR00031	2.0196	.94848	51

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00004	51.1569	221.015	.348	.926
VAR00005	51.4510	217.973	.407	.925
VAR00006	51.6078	212.003	.559	.922
VAR00007	52.4118	210.367	.677	.920
VAR00008	51.9216	207.354	.632	.921
VAR00009	52.5098	208.415	.796	.918
VAR00010	52.3725	209.438	.748	.919
VAR00011	52.6275	213.038	.679	.920
VAR00012	52.6078	215.723	.561	.922
VAR00016	51.9804	218.900	.526	.923
VAR00017	51.8627	213.081	.592	.921
VAR00018	52.2353	219.864	.393	.925
VAR00019	52.1961	217.201	.473	.923
VAR00020	52.4902	216.015	.637	.921
VAR00021	52.0392	214.998	.557	.922
VAR00022	51.6471	221.473	.326	.926

VAR00023	52.1569	213.735	.601	.921
VAR00024	52.3725	215.998	.651	.921
VAR00025	52.7843	221.773	.489	.923
VAR00026	52.2941	218.772	.502	.923
VAR00027	52.3529	220.833	.430	.924
VAR00028	52.6471	216.673	.751	.920
VAR00029	52.6863	218.460	.611	.922
VAR00030	52.6275	220.798	.542	.922
VAR00031	52.3725	216.998	.565	.922

HASIL UJI COBA PERILAKU KONSUMTIF

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.955	31

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00003	77.4667	419.706	.494	.954
VAR00005	77.6000	413.145	.612	.954
VAR00006	78.4000	419.145	.441	.955
VAR00008	77.9000	408.645	.629	.953
VAR00010	77.6333	427.551	.355	.955
VAR00011	78.1333	421.499	.474	.955
VAR00012	78.4000	408.386	.728	.953
VAR00013	78.4333	409.289	.712	.953

VAR00014	77.4667	419.844	.418	.955
VAR00015	77.8000	400.097	.776	.952
VAR00016	78.5333	414.602	.626	.954
VAR00017	78.2000	405.890	.855	.952
VAR00018	78.1667	409.868	.689	.953
VAR00021	77.2333	419.840	.501	.954
VAR00022	77.4667	423.292	.379	.955
VAR00024	77.5667	414.875	.539	.954
VAR00026	78.3333	424.713	.314	.956
VAR00027	77.9667	403.137	.873	.952
VAR00030	78.7333	411.099	.622	.954
VAR00031	78.8333	414.351	.562	.954
VAR00032	77.2000	411.614	.567	.954
VAR00035	77.9333	410.478	.663	.953
VAR00036	78.2000	405.545	.748	.952
VAR00040	77.9667	402.516	.781	.952
VAR00041	78.6333	403.964	.804	.952
VAR00042	78.3000	395.114	.802	.952
VAR00044	78.0000	397.655	.801	.952
VAR00046	77.7000	425.872	.314	.956
VAR00048	78.2333	408.185	.871	.952
VAR00049	78.4667	404.878	.691	.953
VAR00051	78.1000	409.472	.614	.954

HASIL PENELITIAN PERILAKU KONSUMTIF

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	51	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	51	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

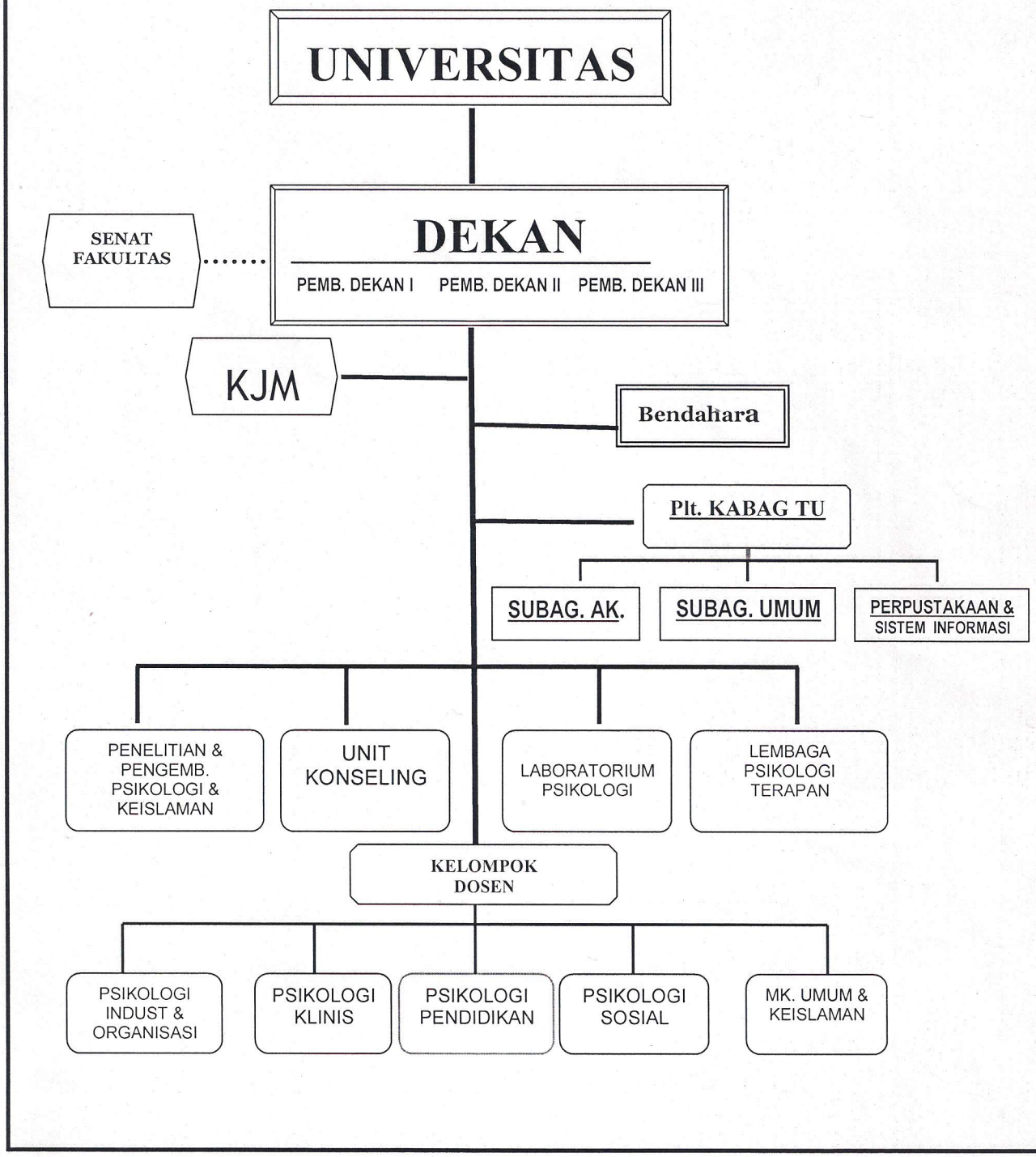
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00004	86.0000	59.480	.526	.893
VAR00005	85.8431	59.735	.450	.895
VAR00007	86.1373	57.321	.628	.891
VAR00008	86.6863	57.500	.525	.893
VAR00010	86.2745	56.563	.501	.894
VAR00011	86.0784	60.194	.400	.895
VAR00012	86.2549	58.634	.555	.892
VAR00014	86.4118	60.847	.313	.897
VAR00015	86.0196	58.740	.568	.892
VAR00016	85.9020	60.930	.370	.896
VAR00017	86.3333	59.307	.450	.895

VAR00018	85.8824	59.746	.513	.894
VAR00019	86.3725	59.318	.428	.895
VAR00020	86.3137	59.380	.472	.894
VAR00021	86.1765	59.428	.451	.895
VAR00022	86.1569	56.975	.597	.891
VAR00023	86.1961	56.761	.618	.891
VAR00024	86.0980	59.010	.556	.893
VAR00025	86.1373	58.001	.551	.892
VAR00027	86.3922	59.443	.419	.895
VAR00028	86.0980	60.010	.421	.895
VAR00029	86.0392	59.398	.475	.894
VAR00030	86.7255	58.763	.448	.895
VAR00031	86.5490	59.293	.416	.895
VAR00032	86.5686	58.450	.418	.896
VAR00034	86.5098	59.455	.381	.896

STRUKTUR ORGANISASI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG



Struktur Personalia

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang sejakberidiri pada tahun 1997 telah mengalami pergantian struktur personaliabeberapa kali. Adapun struktur personalia dari periode awal hinggasekarang sebagai berikut:

a. Periode 1997-2000

   Kepala Jurusan : Drs. H. Djazuli, M.Pd. I

   Sekretaris Jurusan : Drs. H. Muh. Djakfar M. Ag

b. Periode 2000-2003

   Kepala Jurusan : Dr. H. Mulyadi, M.Pd. I

   Sekretaris Jurusan : Drs. Zainul Arifin, M.Ag.

c. Periode 2003-2006

   Pj. Dekan : Dr. H. Mulyadi, M.Pd. I

   Pj. Dekan I : Dra. Siti Mahmudah, M.Si

   Pj. Dekan II : Endah Kurniawati, M.Psi

   Pj. Dekan III : Drs. Zainul Arifin, M. Ag

d. Periode 2006 - 2009

   Dekan : Dr. H. Mulyadi, M.Pd. I

   P. Dekan I : Dra. Siti Mahmudah, M.Si

   P. Dekan II : Drs. A. Khudhori S. M.Ag

   P. Dekan III : Drs.H.Yahya, MA

e. Periode 2009-sekarang

Dekan	: Dr. H. Mulyadi, M.Pd. I
P. Dekan I	: Dr. Rahmat Aziz, M.Si
P. Dekan II	: M.Lutfi Mustofa, M.Ag
P. Dekan III	: Drs. A. Khudhori S. M.Ag

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
Jalan. Gajayana 50 Telepon / Faksimile +62341 - 558916 Malang 65144
Website : www.uin-malang.ac.id / www.psikologi.uin-malang.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : Un.3.4/PP.00.9/ 866 /2011

Yang bertanda tangan di bawah ini Pembantu Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, menerangkan dengan sesungguhnya mahasiswa berikut ini :

N a m a	:	Ima Hikmatul Khoir
NIM	:	0741 0135
Pembimbing	:	Retno Mangestuti, M. Si
Judul Penelitian	:	Hubungan Antara Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN MALIKI Malang

Bahwa yang bersangkutan telah melakukan penelitian skripsi di Fakultas Psikologi UIN MALIKI Malang pada tanggal.

Demikian surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 04 Juli 2011
a.n Dekan,
Pembantu Dekan Bidang Akademik

Dr. Rahmat Aziz, M. Si
NIP. 19700813 200012 1 001

Certificate No. ID08/1219