

**DETERMINAN PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA SEKOLAH TINGGI**

**AGAMA ISLAM (STAI) AL-YASINI PASURUAN**

**TESIS**

**Oleh :**

**Eka Melinda**

**NIM. 210504220031**



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH**

**PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2024**

**DETERMINAN PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA SEKOLAH TINGGI  
AGAMA ISLAM (STAI) AL-YASINI PASURUAN**

*Tesis ini diajukan kepada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik  
Ibrahim Malang sebagai persyaratan untuk memenuhi tugas akhir  
Program Magister Ekonomi Syariah*

**Oleh :**

**Eka Melinda**

**NIM. 210504220031**

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2024**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
**PASCASARJANA**

Jl. Ir. Soekarno No.34 Dadaprejo Junrejo Kota Batu 65323, Telp. (0341) 531133 Fax. (0341) 531130  
Website : <http://pasca.uin-malang.ac.id>, email : [pps@uin-malang.ac.id](mailto:pps@uin-malang.ac.id)

---

**PERSETUJUAN UJIAN TESIS**

Tesis dengan judul “**Determinan Perilaku Konsumsi Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Yasini Pasuruan**” ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan :

Malang, 30 November 2023

**Pembimbing I**

**Prof. Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si**

NIP. 197202122003121003

**Pembimbing II**

**Dr. Vivin Maharani Ekowati., M.Si**

NIP. 19750426201608012042

Mengetahui

**Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah**

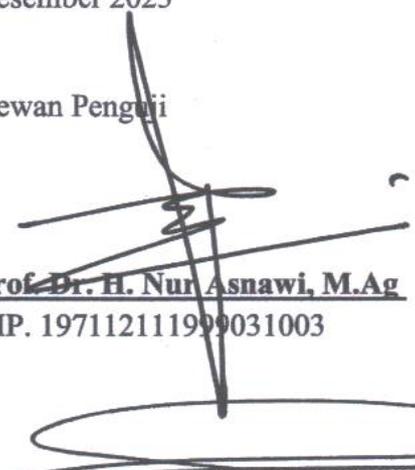
**Prof. Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si**

NIP. 197202122003121003

**LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN**

Tesis dengan judul “**Determinan Perilaku Konsumsi Mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan**”. Telah diuji dan dipertahankan di hadapan dewan penguji pada tanggal 28 Desember 2023

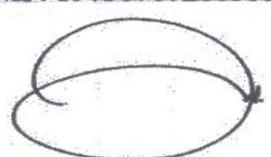
Dewan Penguji

  
Prof. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag  
NIP. 197112111999031003

Penguji Utama

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI  
NIP. 197507072005011005

Ketua/Penguji

  
Prof. Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si  
NIP. 197202122003121003

Pembimbing 1/Penguji

  
Dr. Vivin Maharani Ekowati., M.Si., MM  
NIP. 19750426201608012042

Pembimbing 1/Sekretaris

Mengetahui  
Direktur Pascasarjana  
  
Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd.  
NIP. 196903032000031002

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eka Melinda

NIM : 210504220031

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Judul : **Determinan Perilaku Konsumsi Mahasiswa Sekolah Tinggi  
Agama Islam (STAI) Al-Yasini Pasuruan**

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa tesis ini secara keseluruhan merupakan hasil karya atau penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk pada sumbernya.

Pasuruan, 30 November 2023

Saya yang menyatakan,



Eka Melinda  
NIM. 210504220031

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah Swt yang telah melimpahkan segala nikmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, keluarga dan para sahabatnya serta seluruh pengikutnya. Penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “**Determinan Perilaku Konsumsi Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Yasini Pasuruan**” dengan baik dan tepat waktu sebagai salah satu persyaratan akademik untuk mendapatkan gelar Magister pada Program Studi Ekonomi Syariah Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu terselesaikannya tesis ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I serta Dosen Wali Penulis.
4. Ibu Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa sabar dan telaten membimbing penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen Pascasarjana Magister Ekonomi Syariah yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan pengalaman dan ilmunya selama perkuliahan.
6. Orang tua penulis, Bapak Abdullah Syafi'i dan Ibu Nur Subandriyah, serta adik Alzam Maulana Azidan yang telah memberikan semangat, doa serta bantuan materi kepada penulis.
7. Tidak lupa pula kolega serta civitas akademika SMK SULTAN Al-Yasini khususnya sahabat karib, Ms. Qonita, Pipit, yang selalu memberikan supportnya sehingga tesis ini dapat penulis selesaikan dengan baik dan lancar.

Ucapan terima kasih peneliti haturkan serta *jazakumullah ahsanal jaza'*, semoga semua amal kebbaikannya mendapat balasan dari Allah swt. Amin ya rabbal 'alamin. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan tesis ini.

Pasuruan, 30 November 2023  
Eka Melinda

## DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR .....	i
SAMPUL DALAM.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN TESIS .....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	16
1.6 Orisinalitas Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Perilaku konsumsi .....	28
2.2.1 <i>Theory Of Planned Behavoiur (TBP)</i> .....	28
2.2.2 Teori Perilaku Konsumsi.....	29

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi.....	30
2.2.4 Konsumsi dalam Islam.....	32
2.2.5 Indikator Perilaku konsumsi .....	34
2.3 Gaya Hidup.....	35
2.3.1 Definisi Gaya Hidup .....	35
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	36
2.3.3 Indikator Gaya Hidup.....	37
2.4 Religiusitas .....	38
2.4.1 Definisi Religiusitas .....	38
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Religius.....	41
2.4.3 Indikator perilaku religiusitas .....	43
2.5 Literasi Keuangan.....	45
2.5.1 Definisi Literasi Keuangan .....	45
2.5.2 Aspek Dalam Literasi Keuangan .....	47
2.5.3 Indikator Literasi Keuangan.....	48
2.6 Teman Sebaya .....	48
2.6.1 Definisi Teman Sebaya.....	48
2.6.2 Faktor Teman Sebaya.....	50
2.6.3 Indikator Teman Sebaya .....	50
<b>BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>52</b>
3.1 Kerangka Konseptual.....	52
3.2 Hipotesis Penelitian .....	53
3.2.1 Hubungan Gaya Hidup dan Perilaku konsumsi.....	53
3.2.2 Hubungan Religiusitas dan Perilaku konsumsi .....	54

3.2.3 Hubungan Literasi Keuangan dan Perilaku konsumsi.....	55
3.2.4 Hubungan Teman Sebaya dan Perilaku konsumsi .....	56
3.2 Model Hipotesis Penelitian.....	57
<b>BAB IV METODE PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Jenis Penelitian .....	60
4.2 Lokasi Penelitian .....	60
4.3 Populasi dan Sampel.....	61
4.3.1 Populasi .....	61
4.3.2 Sampel.....	61
4.4 Definisi Operasional Variabel .....	63
4.4.1 Variabel Gaya Hidup .....	63
4.4.2 Variabel Religiusitas .....	63
4.4.3 Definisi Literasi Keuangan .....	64
4.4.4 Definisi teman sebaya.....	65
4.4.5 Definisi Perilaku Konsumsi.....	65
4.5 Skala Pengukuran .....	68
4.6 Pengumpulan Data.....	68
4.6.1 Sumber Data.....	68
4.6.2 Metode Pengumpulan Data .....	69
4.7 Instrumen Penelitian .....	70
4.8 Teknik Analisis Data .....	70
4.8.1 Analisis Konfirmatori .....	70
4.9 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> .....	72
4.10 Model Struktural atau <i>Inner Model</i> .....	74

4.11 Pengujian Hipotesis .....	74
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
5.1 Gambaran Umum Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Yasini Pasuruan.....	75
5.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	76
5.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	79
5.3.1 Variabel Gaya Hidup (X1) .....	80
5.3.2 Variabel Religiusitas (X2).....	82
5.3.1 Variabel Literasi Keuangan (X3) .....	83
5.3.2 Variabel Teman Sebaya (X4).....	84
5.3.3 Variabel Perilaku Konsumsi (Y).....	85
5.4 Hasil Pengujian Model Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ) .....	87
5.4.1 Gaya Hidup (X1) .....	89
5.4.2 Religusitas (X2).....	90
5.4.3 Literasi Keuangan (X3) .....	92
5.4.4 Teman Sebaya (X4).....	93
5.4.5 Perilaku Konsumsi (Y) .....	95
5.4.6 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	97
5.4.7 Nilai Validitas Diskriminan ( <i>Discriminat Validity</i> ) .....	97
5.4.8 Nilai <i>Composite Reliabilty</i> .....	97
5.5 Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	97
5.5.1 Nilai <i>R-Square</i> .....	97
5.5.2 Nilai <i>F-Square</i> .....	98
5.5.3 Pengujian Hipotesis .....	99
5.6 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung.....	101

5.7 Pembahasan .....	103
5.7.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi .....	104
5.7.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi .....	107
5.7.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumsi .....	111
5.7.4 Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi.....	112
5.8 Implikasi Penelitian .....	115
5.8.1 Kontribusi Teoritis .....	116
5.8.2 Kontribusi praktis .....	116
5.9 Keterbatasan Penelitian .....	116
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>117</b>
6.1 Kesimpulan.....	117
6.2 Saran.....	118
6.2.1 Saran bagi praktisi.....	118
6.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya.....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengeluaran Rata-rata Penduduk di Kabupaten Pasuruan Menurut Jenis Komoditas Pengeluaran .....	3
Tabel 1. 2 Perguruan Tinggi di Kota dan Kabupaten Pasuruan.....	5
Tabel 1. 3 Jenis Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa STAI Al-Yasini Setiap Bulan ..	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	24
Tabel 4. 1 Definisi Operasional .....	66
Tabel 4. 2 Pengukuran Skala Likert.....	68
Tabel 5. 1 Program Studi di STAI Al-Yasini .....	76
Tabel 5. 2 Responden Berdasarkan Program Studi.....	76
Tabel 5. 3 Responden Berdasarkan Usia .....	77
Tabel 5. 4 Tingkatan Usia Manusia .....	77
Tabel 5. 5 Responden Berdasarkan Semester .....	78
Tabel 5. 6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
Tabel 5. 7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	79
Tabel 5. 8 Deskripsi Variabel Gaya Hidup (X1) .....	81
Tabel 5. 9 Deskripsi Variabel Religiusitas (X2) .....	82
Tabel 5. 10 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X3) .....	83
Tabel 5. 11 Deskripsi Variabel Teman Sebaya (X4) .....	85
Tabel 5. 12 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumsi (Y) .....	86
Tabel 5. 13 <i>Loading Factor</i> Variabel Gaya Hidup .....	89
Tabel 5. 14 <i>Loading Factor</i> Variabel Religiusitas.....	90
Tabel 5. 15 <i>Loading Factor</i> Variabel Literasi Keuangan .....	92
Tabel 5. 16 <i>Loading Factor</i> Variabel Teman Sebaya .....	93

Tabel 5. 17 Loading Factor Pembentuk Indikator dari Variabel perilaku Konsumsi	95
Tabel 5. 18 Hasil Pengujian R-Square .....	98
Tabel 5. 19 Hasil Pengujian F-Square .....	98
Tabel 5. 20 Path Coefficiene .....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Domestik Bruto Tahun 2021 .....	2
Gambar 3. 1 Kerangka Konsep Penelitian .....	52
Gambar 3. 2 Model Hipotesis Penelitian .....	58
Gambar 4. 1 Model Analisis Konfirmatori .....	72
Gambar 5. 1 Gedung STAI Al-Yasini .....	76
Gambar 5. 3 <i>Outer Model</i> .....	88
Gambar 5. 4 Measurement Model Indikator dari Variabel Gaya Hidup .....	89
Gambar 5. 5 Measurement Model Indikator dari Variabel Religiusitas .....	91
Gambar 5. 6 Measurement Model Indikator dari Variabel Literasi Keuangan .....	92
Gambar 5. 7 Measurement Model Indikator dari Variabel Teman Sebaya .....	94
Gambar 5. 8 Measurement Model Indikator dari Variabel Perilaku Konsumsi .....	96
Gambar 5. 9 <i>Path Coefficiencie</i> .....	100

## ABSTRAK

Melinda, Eka. 2023. “Determinan Perilaku Konsumsi Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Yasini Pasuruan”. Tesis, Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pembimbing : (1) Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si

(2) Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si

Kata Kunci : Determinan, Perilaku Konsumsi

---

Tesis yang berjudul “**Determinan Perilaku Konsumsi Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Yasini Pasuruan**” ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang apakah variabel gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya mencerminkan perilaku konsumsi mahasiswa dan apakah variabel gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya memberikan pengaruh langsung terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan pendekatan *eksplanatory research* karena menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dan hasil dari penelitian ini yaitu gambaran mengenai hubungan sebab-akibat. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui data primer dengan kuesioner dan didukung data sekunder wawancara, observasi serta dokumentasi. Kemudian data dianalisis dengan *Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS)*.

Hasil penelitian yang diperoleh menyimpulkan bahwa menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, religiusitas, dan teman sebaya mampu mencerminkan faktor perilaku konsumsi mahasiswa. Akan tetapi variabel literasi keuangan tidak mampu mencerminkan faktor perilaku konsumsi mahasiswa. Adapun variabel gaya hidup memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Variabel religiusitas memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Variabel literasi keuangan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Variabel teman sebaya memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian, yang mana faktor perilaku konsumsi mahasiswa mampu dicerminkan variabel gaya hidup, religiusitas dan teman sebaya. Peneliti memberikan saran dalam melakukan kegiatan konsumsi hendaknya kita memperhatikan faktor-faktor perilaku konsumsi sehingga kita dapat melakukan konsumsi sesuai kebutuhan dan rasional.

## ABSTRACT

Melinda, Eka. 2023. "Determinants of Consumption Behavior of Al-Yasini Pasuruan Islamic High School (STAI) Students". Thesis, Postgraduate Sharia Economics Study Program, Islamic State University of Maulana Malik Ibrahim Malang

Supervisor : (1) Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si  
(2) Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si

Keywords : *Determinants, Consumption Behavior*

---

The thesis entitled "**Determinants of Consumption Behavior of Al-Yasini Pasuruan Islamic High School (STAI) Students**" is the result of quantitative research which aims to answer questions about whether lifestyle variables, religiosity, financial literacy and peers reflect student consumption behavior and whether style variables Life, religiosity, financial literacy and peers have a direct influence on student consumption behavior.

The research method used in this research is an explanatory research approach because it emphasizes testing theory through measuring research variables and the results of this research are a description of cause-and-effect relationships. Data collection techniques were obtained through primary data with questionnaires and supported by secondary data from interviews, observation and documentation. Then the data was analyzed using Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS).

The research results obtained concluded that lifestyle, religiosity and peer variables were able to reflect student consumption behavior factors. However, the financial literacy variable is not able to reflect student consumption behavior factors. The lifestyle variables have a significant influence on student consumption behavior. The religiosity variable has a significant influence on student consumption behavior. The financial literacy variable does not have a significant influence on student consumption behavior. The peer variable has a significant influence on student consumption behavior.

Based on the research results, students' consumption behavior factors can be reflected by lifestyle variables, religiosity and peers. Researchers suggest that when carrying out consumption activities, we should pay attention to consumption behavior factors so that we can consume according to our needs and rationally.

## خلاصة

ميليندا، إيكأ. 2023. "محددات سلوك الاستهلاك لدى طلاب مدرسة الياسيني باسوروان الإسلامية الثانوية (STAI) أطروحة، برنامج الدراسات العليا في الاقتصاد الشرعي، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

المشرف: (1) أ.د. دكتور. الحاج أحمد ساني سوبريانتي M.Si., SE.,

(2) د. فيفين ماهراني إيكواتي، M.Si

الكلمات المفتاحية: المحددات، سلوك الاستهلاك

إن الأطروحة التي تحمل عنوان "محددات سلوك الاستهلاك لدى طلاب مدرسة الياسيني باسوروان الإسلامية الثانوية (STAI)" هي نتيجة بحث كمي يهدف إلى الإجابة على أسئلة حول ما إذا كانت متغيرات نمط الحياة والتدين والمعرفة المالية والأقران تعكس سلوك الطالب الاستهلاكي وما إذا كان الأسلوب متغيرات الحياة والتدين والمعرفة المالية والأقران لها تأثير مباشر على سلوك الطالب الاستهلاكي.

طريقة البحث المستخدمة في هذا البحث هي منهج بحث تفسيري لأنه يؤكد على اختبار النظرية من خلال قياس متغيرات البحث ونتائج هذا البحث هي وصف للعلاقات بين السبب والنتيجة. تم الحصول على تقنيات جمع البيانات من خلال البيانات الأولية مع الاستبيانات ودعمها بالبيانات الثانوية من المقابلات والملاحظة والوثائق. ثم تم تحليل البيانات باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية - المربع الأصغر الجزئي (SEM-PLS).

وخلصت نتائج البحث إلى أن متغيرات نمط الحياة والتدين والأقران كانت قادرة على عكس عوامل السلوك الاستهلاكي لدى الطلاب. ومع ذلك، فإن متغير الثقافة المالية لا يستطيع أن يعكس عوامل السلوك الاستهلاكي لدى الطلاب. لمتغيرات نمط الحياة تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي لدى الطلاب. إن لمتغير التدين تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي لدى الطلاب. ليس لمتغير الثقافة المالية تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي لدى الطلاب. لمتغير الأقران تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي لدى الطلاب.

وبناء على نتائج البحث، يمكن أن تنعكس عوامل السلوك الاستهلاكي للطلاب من خلال متغيرات نمط الحياة والتدين والأقران. يقترح الباحثون أنه عند القيام بالأنشطة الاستهلاكية، يجب علينا الاهتمام بعوامل السلوك الاستهلاكي حتى نتمكن من الاستهلاك وفقاً لاحتياجاتنا وبشكل عقلائي.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Manusia dalam keseharian hidupnya berusaha selalu untuk memenuhi kebutuhannya sehingga manusia dikatakan sebagai makhluk ekonomi karena manusia pada dasarnya tidak akan merasa puas dan tidak lepas dari kebutuhannya (Wigati, 2011). Maslow melalui teori kebutuhan berjenjang dikenal dengan Teori Maslow. Dimana dalam *hierarchy of human needs*, disebutkan lima kebutuhan dasar manusia berdasarkan tingkatan kepentingannya (Bachri, 2010). Lima kebutuhan manusia tersebut yaitu *physiological need* (kebutuhan manusia yang paling dasar), *safety need* (kebutuhan keselamatan), *social need* (kebutuhan sosial), *esteem need* (kebutuhan penghargaan), dan *self actualization need* (kebutuhan aktualisasi diri).

Asy-Syatibi (1341 H) menyebutkan kebutuhan dasar manusia terbagi menjadi tiga yaitu kebutuhan yang sifatnya daruriyah, hajiyyat, dan tahsiniyat (Zainur, 2020). Kebutuhan-kebutuhan manusia tersebut tentunya membutuhkan pemenuhan dan pemenuhan itu dapat berupa barang dan jasa. Salah satu kebutuhan manusia bisa terpenuhi dengan yaitu dengan aktivitas ekonomi seperti aktivitas produksi, konsumsi dan distribusi yang masing-masing berperan penting dalam kegiatan ekonomi (Fadilah, 2020).

Dunia pada tahun 2020 dilanda Pandemi Covid-19, hal ini memberikan dampak terhadap perekonomian global dan nasional. Negara berkembang hingga negara maju terus melakukan upaya pemulihan ekonomi. Bahkan

Pemerintah melakukan pengalokasian anggaran sebesar Rp 172,1 triliun guna meningkatkan kemampuan daya beli masyarakat (Sasongko, 2020).

Badan Pusat Statistik (BPS) dalam berita resminya yakni No.15/02/Th. XXVI 6 Februari 2023, konsumsi menjadi salah satu kontributor utama dalam peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) seperti yang dijabarkan dalam infografik di bawah ini (BPS, 2023)

**Gambar 1.1 Produk Domestik Bruto Tahun 2021**



*Sumber : BPS data diolah peneliti (2023)*

Dapat diketahui dari Gambar 1.1 bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia berhasil tumbuh sebesar 5,31 persen di tahun 2022. Hal ini tercatat bahwa pertumbuhan ekonomi di tahun 2022 lebih besar dari tahun – tahun sebelumnya sebelum pandemi Covid-19. Meskipun sempat tercatat bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia berada di angka negatif akibat dampak pandemi Covid-19, ekonomi Indonesia mampu bangkit untuk pulih lebih cepat.

Pemulihan ekonomi juga dilakukan Pemerintah Kabupaten Pasuruan melalui pengelolaan potensi desa di Kabupaten Pasuruan seperti dari sektor

peternakan, pertanian, Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM dan dari sektor lainnya. Sebagaimana yang diungkapkan Bupati Pasuruan Yusuf (2023) yang mengatakan bahwa potensi masing-masing wilayah di Kabupaten Pasuruan dioptimalkan sehingga dapat menciptakan peluang bagi masyarakat serta dapat menambah lapangan pekerjaan dan kesejahteraan masyarakat itu sendiri dapat meningkat (Maria, 2023).

Kesejahteraan seseorang dapat dilihat dari pola konsumsinya. Hal ini dijelaskan dalam penelitian Udayana bahwa konsumsi dan pendapatan merupakan ukuran kesejahteraan ekonomi yang sangat bermanfaat dan langsung. Karena konsumsi dan pendapatan dapat menjelaskan sarana yang digunakan rumah tangga atau individu dalam rangka mencapai kesejahteraan mereka (Wagle, 2007).

Masyarakat kabupaten Pasuruan tidak hanya melakukan pengeluaran untuk konsumsi makanan saja akan tetapi juga untuk pengeluaran tertentu selain makanan seperti untuk rumah, pakaian dan sebagainya.

**Tabel 1. 1 Pengeluaran Rata-rata Penduduk di Kabupaten Pasuruan Menurut Jenis Komoditas Pengeluaran**

Jenis Pengeluaran	Rata-rata Pengeluaran	
	Tahun 2021	Tahun 2022
Makanan	<b>548.666</b>	<b>574.005</b>
Selain makanan	<b>418.803</b>	<b>433.234</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barang dan jasa</li> <li>• Perumahan</li> <li>• Barang dengan ketahanan lama</li> <li>• Pakaian</li> <li>• Asuransi dan pajak</li> <li>• Kebutuhan pesta</li> </ul>	93.771 210.762 45.054 24.844 30.690 13.680	87.710 226.017 48.983 24.205 35.596 9.723
<b>Jumlah</b>	<b>967.469</b>	<b>1.007.239</b>

*Sumber : BPS Kabupaten Pasuruan, 2023*

Dari Tabel 1.1 diketahui bahwa pengeluaran rata-rata penduduk Kabupaten Pasuruan dalam sebulan sebesar Rp. 1.007.239 di tahun 2022. Pengeluaran penduduk Kabupaten Pasuruan lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata pengeluaran di tahun 2021 yaitu sebesar Rp. 967.469. Hal ini mengindikasikan bahwa terjadi peningkatan jumlah pengeluaran konsumsi baik makanan maupun selain makanan. Pengeluaran penduduk Kabupaten Pasuruan per Kapita Sebulan terdiri dari makanan dengan persentase 56,99% dan selain makanan dengan persentase 43,01% yang menunjukkan peningkatan sebesar 0,28% (BPS, 2023).

Peningkatan pengeluaran masyarakat Kabupaten dan Kota Pasuruan salah satunya dipengaruhi besarnya pendapatan masyarakatnya. Berdasarkan Keputusan Gubernur Provinsi Jawa Timur No. 188/889/KPTS/013/2022 Tentang Upah Minimum Kota dan Kabupaten di Jawa Timur tahun 2023, upah minimum Kota dan Kabupaten Pasuruan berada di peringkat 4 yakni dengan nominal Rp 4.515.133,19 untuk Kabupaten Pasuruan dan berada di urutan 8 dengan nominal upah sebesar Rp 3.038.837,64 untuk Kota Pasuruan. Hal ini tentunya upah masyarakat Kabupaten dan Kota Pasuruan termasuk besar di Jawa Timur.

Konsumsi didefinisikan sebagai pengeluaran rumah tangga ataupun individu untuk pembelian barang dan jasa hasil produksi dalam memenuhi kebutuhan dan untuk mendapatkan kepuasan (Hina, 2023). Konsumsi seseorang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pokok, sekunder, dan tersier baik yang berupa kebutuhan jasmani maupun rohani (Rahman & Fitrah, 2018). Konsumsi dalam pandangan Islam penggunaan barang yang ada di alam secara langsung dengan tidak adanya unsur berlebihan (*israf*), kedzaliman, dan *tabdir* atau boros (Masyhuri, 2022).

Konsumen yaitu sebutan bagi seseorang yang melaksanakan kegiatan konsumsi baik jasa maupun barang. Konsumsi terjadi di semua lapisan masyarakat baik laki-laki dan perempuan, orang perkotaan dan pedesaan, orang kaya dan miskin, serta orang tua dan muda.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok masyarakat dalam kegiatan konsumsi. Sama seperti lapisan masyarakat lainnya yang melakukan konsumsi pada umumnya seperti pemenuhan kebutuhan pokok misalnya makan, pakaian, dan tempat tinggal, mahasiswa juga melakukan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan sekundernya seperti pembelian buku, alat tulis, dan kuota internet sebagai penunjang perkuliahannya. Selain memenuhi kebutuhan pokok dan sekunder, mahasiswa juga melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan tersier, seperti aksesoris, pakaian *branded*, dan mengunjungi restoran ataupun *café* untuk di publikasikan di media sosial (Lisma & Haryono, 2016).

Mahasiswa dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) yaitu individu yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Jumlah perguruan tinggi menurut Pangkalan data Perguruan Tinggi (PDDikti) dalam angka yaitu 4.511 perguruan tinggi yang meliputi Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang berlokasi di berbagai provinsi di Indonesia. Adapun jumlah perguruan tinggi yang terdapat di Kota dan Kabupaten Pasuruan sebagai berikut :

**Tabel 1. 2 Perguruan Tinggi di Kota dan Kabupaten Pasuruan**

NPSN	Nama Perguruan Tinggi
213271	STIT PGRI Pasuruan
072040	Institut Teknologi dan Bisnis Yadika Pasuruan
073027	STKIP PGRI Pasuruan

071069	Universitas Yudharta Pasuruan
213048	STAI Al-Yasini Pasuruan
213236	STAI Salahuddin STAIS Pasuruan
344046	Akademi Keperawatan Pemerintah Kota Pasuruan
213213	STAI Darullughah Bangil Pasuruan
213263	STIT Muhammadiyah Bangil Pasuruan
212029	IAI Dalwa Bangil Pasuruan
074135	Akademi PGRI Pasuruan
071031	UNIVERSITAS Merdeka Pasuruan
072018	ITS-NU Pasuruan sekarang menjadi UNU Pasuruan
074104	Akademi Kebidanan Sakinah
213544	STEBI Syaikhona Kholil Sidogiri Pasuruan
213233	STAI PANA Bangil Pasuruan

*Sumber : Pangkalan Data Perguruan Tinggi, 2023*

Di Kabupaten Pasuruan terdapat salah satu perguruan tinggi swasta yaitu STAI Al-Yasini Pasuruan. Perguruan tinggi ini bertempat di lingkungan Pondok Pesantren Terpadu Al-Yasini. Hal ini membuat tertarik untuk melakukan penelitian di perguruan tinggi yang berada di lingkungan pondok pesantren dan adanya media transaksi yaitu kartu SaQu Al-YasiniQu. STAI Al-Yasini Pasuruan memiliki tiga Program Studi yaitu Manajemen Pendidikan Islam, Pendidikan Bahasa Arab, serta Hukum Ekonomi Syariah

**Tabel 1. 3 Jenis Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa STAI Al-Yasini Setiap Bulan**

<b>Jenis Pengeluaran Konsumsi</b>	<b>Rata-rata Pengeluaran</b>
Makanan dan minuman	Rp 375.000
Makanan selain makanan pokok	Rp 176.731
Paket Internet	Rp 89.231
Keperluan Perkuliahan	Rp 139.231

*Sumber Data : diolah peneliti, 2023*

Dapat diketahui dari Tabel 1.3 jenis pengeluaran konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan selama satu bulan. Dimana jenis pengeluaran mahasiswa tidak hanya meliputi kebutuhan pokok saja akan tetapi untuk kebutuhan mahasiswa lainnya.

Tentunya mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan dalam kehidupannya tidak terlepas dari kegiatan konsumsi. Besarnya konsumsi mahasiswa berbeda satu dengan yang lainnya. Berdasarkan *Theory Planned Behavior* (TPB) menurut Ajzen dijelaskan bahwa niat menjadi faktor utama dalam diri individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Salah satu perilaku individu yaitu perilaku konsumsi. Perilaku konsumsi merupakan perilaku seseorang untuk membeli barang tanpa mempertimbangkan dengan kuat dan lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan (Fattah, 2017). Perilaku konsumsi mahasiswa didasari karena mahasiswa tidak memiliki skala prioritas dari keinginannya ketika mengkonsumsi suatu barang (Pohan et al., 2022).

Konsumsi sendiri tentunya berkaitan dengan perilaku konsumen. Yang mana menurut penelitian Makarewicz menyebutkan perilaku konsumen mengalami perkembangan selama bertahun-tahun seiring dengan mudahnya akses ilmu pengetahuan yang menjadi sumber kemajuan yang terukur (Makarewicz, 2013). Penelitian lain yang mengkaji tentang perilaku konsumen yakni dilakukan oleh Akalya et. al yang hasil penelitiannya yaitu analisis perilaku konsumen dapat meningkatkan profit perusahaan dengan cara mengklasifikasikan konsumen seperti berdasarkan umur, keuangan, lokasi, kekinian dan frekuensi pembelian (C et al., 2022)

Perilaku konsumsi dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain gaya hidup seseorang. Peneliti melakukan pengamatan dan wawancara secara langsung dengan mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan. Fenomena gaya hidup yang ditemukan peneliti dalam perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan. Gaya hidup mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan berada di lingkup Kabupaten Pasuruan dan termasuk wilayah desa sehingga diharapkan dari penelitian ini diketahui apakah terdapat pengaruh gaya hidup mahasiswa yang menempuh pendidikan tinggi di perkotaan dan yang di lingkup kabupaten. Gaya hidup seseorang menunjukkan gambaran keseluruhan diri seseorang ketika dirinya berinteraksi di lingkungannya (Yanti, 2022).

Gaya hidup dapat dipresentasikan melalui kegiatan dan minat yang dilakukan seseorang dalam menghabiskan waktu dan sumber dayanya. Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, ditemukan bahwa mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan selain berstatus mahasiswa mereka juga berstatus santri. Dalam hal ini yakni berkaitan dengan budaya santri yakni aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh santri dalam kesehariannya seperti mengaji, belajar dan sebagainya. Dapat dikatakan bahwa gaya hidup mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan adalah kegiatan yang dilakukan untuk menghabiskan waktunya ketika berada di pondok pesantren.

Penelitian yang akan dilakukan sejalan dengan beberapa penelitian yang menghasilkan temuan bahwa *lifestyle* atau gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Penelitian tersebut yakni dilakukan oleh Penelitian lainnya dilakukan oleh Fitriana dan Khoniah (2022) yang hasil penelitiannya yaitu gaya hidup memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Hal

ini karena perilaku konsumen salah satunya dipengaruhi oleh gaya hidupnya. Peneliti lain yaitu Fajirin dan Indrarini (2021) yang menunjukkan hasil bahwa gaya hidup berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumsi islami pada *new normal*. Karena pada masa *new normal*, perilaku konsumsi warga muslim mengalami perubahan hal ini dipengaruhi tingkat pendapatan dan gaya hidup yang semakin berkembang. Penelitian lainnya dilakukan Yuliani dan Rahmatia (2020) yang mana hasil penelitiannya yakni gaya hidup memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa, hal ini berarti bahwa mahasiswa yang memiliki gaya hidup yang cenderung konsumtif maka tingkat konsumsi mahasiswa tersebut akan semakin tinggi. Penelitian lainnya yang menunjukkan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi yaitu antara lain oleh Yanti, dkk (2022), Avida dan Rokhmani (2021) dan Lestari (2019).

Akan tetapi kondisi berbeda ditemukan oleh Triyono dan Afriaris (2019) membahas tentang pengaruh gaya hidup dengan tingkat konsumsi mahasiswa menunjukkan bahwa gaya hidup secara tersendiri tidak berpengaruh dan signifikan terhadap tingkat konsumsi. Akan tetapi ketika variabel gaya hidup bersama dengan variabel lain atau secara bersama-sama menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan.

Faktor lain yang ditemukan dapat mempengaruhi perilaku konsumsi yaitu religiusitas. Religiusitas menunjukkan seberapa jauh penghayatan, pengetahuan serta keyakinan yang ada pada diri seseorang tersebut yang menganjurkannya untuk bersikap, berperilaku dan bertindak sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama yang dianutnya (Rionita & Widiastuti, 2019). Menurut Krauss et al (2005) dalam bukunya Suyadi dan Hidayat (2021) religiusitas Islami

merupakan tingkat kesadaran Tuhan yang dipahami menurut pandangan tauhid dari Islam dan berperilaku dalam keseharian hidupnya sesuai dengan kesadaran tersebut (Bambang, 2021).

Berkaitan dengan religiusitas, peneliti tertarik meneliti pengaruh religiusitas mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan. Hal ini karena STAI Al-Yasini Pasuruan merupakan perguruan tinggi yang berbasis pondok pesantren dan mayoritas mahasiswanya mukim di pondok yang mana tingkat religiusitasnya tentunya lebih tinggi karena kegiatan-kegiatan di pondok pesantren meliputi belajar ilmu agama, sehingga variabel religiusitas akan digunakan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan. Penelitian ini diharapkan dapat diketahui apakah tingkat religiusitas mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan berpengaruh terhadap perilaku konsumsinya. Nilai religiusitas dalam kegiatan konsumsi juga mempengaruhi kebiasaan untuk mengingat Allah SWT dengan cara membelanjakan harta sewajarnya dan mendahulukan kebutuhan yang diprioritaskan (Ainun, Mardhiah, 2023). Hal ini didukung penelitian yang menunjukkan bahwa tingkat religiusitas seseorang yang semakin tinggi mahasiswa maka akan semakin rendah tingkat konsumsinya (Yustati, 2020). Penelitian lain yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumsi yaitu penelitian yang dilakukan oleh Putriana (2023), Yahya, dkk (2022), Yanti, dkk (2022) dan Isnaini (2020). Akan tetapi ditemukan kondisi berbeda di penelitian yang dilakukan Rahmat, dkk (2020) dimana religiusitas memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Selain faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi yang telah telah disebutkan, terdapat faktor lain yaitu literasi keuangan seseorang. Literasi

keuangan berkaitan dengan pengetahuan tentang konsep keuangan untuk menentukan keputusan dan mengelola keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dimaksud dengan literasi keuangan yaitu *skill* atau keterampilan, *knowledge* atau pengetahuan, *confidence* atau keyakinan yang dapat mempengaruhi *attitude* atau sikap dan *behavior* atau perilaku keuangan seseorang dalam mengelola dan mengambil keputusan keuangan untuk mencapai kesejahteraan (Otoritas, 2013). Yang termasuk dalam literasi keuangan antara lain tabungan, keuangan pribadi, investasi maupun pinjaman.

Berkaitan dengan literasi keuangan, peneliti menemukan fenomena di lapangan yakni adanya metode pembayaran non tunai dengan menggunakan *e-wallet* untuk santri yang disebut dengan SaQu. Dimana dengan *e-wallet* ini santri dapat menggunakannya sebagai tabungan serta sebagai alat pembayaran di pondok maupun di beberapa retail yang berada di lingkungan pondok pesantren.

Penelitian yang sejalan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian oleh Sustiyo (2020) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Dengan artian bahwa mahasiswa yang tingkat literasi keuangannya tinggi, maka mahasiswa tersebut dapat membuat keputusan konsumsi yang baik dan sebaliknya mahasiswa yang literasi keuangannya rendah maka akan cenderung mendorong untuk berperilaku konsumsi. Beberapa penelitian lain yang relevan yakni penelitian oleh Juliani dan Cerya (2018).

Kondisi lain ditemukan oleh penelitian yang dilakukan Syamiya dan Kharmila (2023) yang hasil penelitiannya yaitu tidak berpengaruh dan tidak signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumsi. Serta Romadloniyah

dan Setiaji (2020) yang menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku siswa.

Adapun teman sebaya juga menjadi salah satu dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang khususnya pelajar maupun mahasiswa. Seseorang biasanya berinteraksi sosial dengan teman sebayanya ketika di lembaga pendidikan. Teman sebaya yaitu seseorang yang usia, kedudukan, pola pikir, status yang mendekati sama (Kurniawan & Sudrajat, 2020). Menurut Santrock (2007) dalam (Fauzziyah & Widayati, 2020) mendefinisikan teman sebagai sekumpulan remaja yang tingkat kematangan usia yang sama. Karena mahasiswa ketika berada di lingkungannya yakni di kampus tentunya mereka akan menjalin pertemanan dengan sesamanya. Pertemanan dengan sebaya inilah dapat memberikan pengaruh kepada dirinya baik dalam perilaku hingga memiliki ketertarikan yang sama dengan temannya.

Berkaitan dengan teman sebaya, peneliti menemukan di lapangan bahwa teman sebaya mahasiswa adalah mayoritas teman mereka yang berada di pondok. Yang mana intensitas bertemu dan berkumpul mereka cenderung lebih sering. Sehingga hal tersebut dapat memungkinkan mereka memiliki ketertarikan dan kegemaran yang sama dalam lingkup pertemanan sebaya mereka.

Oleh karena itu beberapa penelitian menunjukkan bahwa teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Penelitian oleh Gandhi, dkk (2021) menunjukkan hasil bahwa teman sebaya berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi. Karena dalam lingkungan teman sebaya tentunya akan terjadi yang namanya interaksi sosial. Interaksi sosial ini yang dapat memunculkan kegemaran bahkan hobi yang sama antar teman sebaya, hal ini dapat

mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Penelitian lain tentang pengaruh teman sebaya yakni penelitian oleh Drifanda (2018) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa teman sebaya berpengaruh dan hubungan positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (Drifanda, 2018). Beberapa penelitian lain tentang pengaruh teman sebaya dengan perilaku konsumsi antara lain oleh Farida dan Kurniawan (2022), Octaviani dan Safitriani (2022), Lestari (2019), Maipita, dkk (2019) dan Wahidah, dkk (2018)

Fenomena perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan yang diperoleh peneliti melalui wawancara dengan beberapa mahasiswa antara lain dari A'yuni mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah semester empat yang menuturkan bahwa pengeluaran konsumsinya meliputi untuk makan, kuota internet dan untuk keperluan kuliah seperti mencetak tugas kuliah. A'yuni juga menambahkan bahwa lebih mendahulukan untuk tugas kuliah dibanding untuk membeli makanan ringan atau *jajan* (A'yuni, 2023).

Mahasiswa STAI Al-Yasini lainnya yaitu Aisyah dari Program Studi Hukum Ekonomi Syariah. Aisyah menjelaskan bahwa konsumsi yang dikeluarkan antara lain untuk *shopping*, kuota internet, dan kebutuhan kuliah serta menyisihkan uangnya untuk menabung meskipun sedikit (Aisyah, 2023).

Mahasiswa lainnya yang juga sama dari Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yaitu Adila, yang menjelaskan bahwa pengeluaran konsumsinya meliputi transport untuk bekerja dan keperluan tugas kuliah serta menyisihkan pendapatannya untuk ditabung (Adila, 2023). Dari beberapa wawancara kepada mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan yang dilakukan peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan mengeluarkan

pendapatannya untuk kegiatan konsumsi yang meliputi kebutuhan pokok seperti makan, transport untuk bekerja maupun ke kampus, kebutuhan penunjang perkuliahan dan kebutuhan lainnya. Akan tetapi dari beberapa informan yang diwawancarai, dua diantaranya masih bisa menyisihkan uangnya untuk ditabung hal ini sebagai simpanan guna adanya kebutuhan darurat yang sewaktu-waktu dapat terjadi.

Berdasarkan fenomena dan kontradiksi hasil penelitian, maka penelitian ini akan mengkaji tentang “**Determinan Perilaku Konsumsi Mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya dapat mencerminkan faktor perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan?
2. Apakah gaya hidup memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan?
3. Apakah religiusitas memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan?
4. Apakah literasi keuangan memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan?
5. Apakah teman sebaya memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitiannya sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis variabel gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya dapat mencerminkan factor perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan religiusitas terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari tujuan penelitian yang telah disebutkan, peneliti berharap penelitian ini memiliki manfaat secara:

#### **1. Aspek Teoritis**

Peneliti berharap hasil penelitian dapat memperkaya wawasan dan penyempurnaan pengetahuan keilmuan bagi peneliti tentang faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang.

#### **2. Aspek Praktis**

Peneliti berharap hasil penelitian dapat menambah wawasan kepada masyarakat tentang pengaruh gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan

serta teman sebaya terhadap perilaku konsumsi seseorang terutama bagi obyek penelitian ini yaitu mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan. Hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai pandangan seseorang sehingga dapat berperilaku konsumsi yang rasional.

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di perguruan tinggi swasta di lingkungan pondok pesantren, yaitu mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan. Adapun penelitian ini memiliki variabel independen yaitu gaya hidup ( $X_1$ ), religiusitas ( $X_2$ ), literasi keuangan ( $X_3$ ), dan teman sebaya ( $X_4$ ) serta variabel dependen yaitu perilaku konsumsi ( $Y$ ).

### **1.6 Orisinalitas Penelitian**

Penelitian ini menggunakan empat variabel bebas yaitu gaya hidup ( $X_1$ ), religiusitas ( $X_2$ ), literasi keuangan ( $X_3$ ), teman sebaya ( $X_4$ ) serta menggunakan perilaku konsumsi ( $Y$ ) sebagai variabel terikat.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam menjaga agar tidak terjadi pengulangan penelitian yang sama terhadap objek penelitian, maka peneliti melakukan kajian pada penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian tersebut yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Putriana (2023) yang judul "*Islamic Consumption Principle and Religiosity Toward Muslim Community Consumption Behaviour*". Penelitian ini menggunakan variabel prinsip konsumsi Islam, Religiusitas dan perilaku konsumsi Islam. Dalam penelitian ini populasinya yaitu warga muslim di Kota Pekanbaru Riau yang jumlahnya tidak diketahui sehingga teknik pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *random sampling*. Dan diperoleh sampel sejumlah 107 hasil kuesioner. Hasil penelitian ini yaitu religiusitas memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim yakni dengan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ .
2. Penelitian oleh Farida dan Kurniawan (2022) yang berjudul "*Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh Kontrol Diri*". Variabel penelitian ini yaitu kontrol diri, literasi ekonomi, teman sebaya dan perilaku konsumsi. Penelitian ini populasinya yaitu 137 siswa kelas XI IPS dengan teknik *simple random sampling* dan diperoleh sampel sejumlah 102 siswa. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel teman sebaya memberikan pengaruh yang positif dan

signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan nilai sig. sebesar  $0,001 < 0,05$ .

3. Penelitian yang dilaksanakan oleh Safitriani dan Octaviani (2022) yang berjudul "*Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Fast Food pada Siswa SMA*". Penelitian ini menggunakan variabel perilaku konsumsi, pengetahuan, sikap, teman sebaya, dukungan orang tua, dan uang saku. Populasi dalam penelitian ini yaitu siswa SMA Negeri 64 Jakarta dan diperoleh sampel sejumlah 226 siswa. Hasil dalam penelitian ini yaitu teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi dan nilai  $p = 0,0000$ .
4. Penelitian oleh Yanti, dkk (2022) yang berjudul "*Pengaruh Gaya Hidup dan Pemahaman Pola Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman Siman Ponorogo*". Penelitian ini menggunakan variabel gaya hidup, pemahaman pola konsumsi Islam, dan perilaku konsumsi. Populasi dalam penelitian ini yaitu santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman dan diperoleh sampel sebanyak 109 responden. Hasil dari penelitian ini yaitu religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat dengan nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$ .
5. Penelitian oleh Yanti, dkk (2022) yang berjudul "*Pengaruh Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Pengguna Go-Food*". Penelitian ini menggunakan variabel religiusitas, gaya hidup, dan perilaku konsumsi. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang menggunakan aplikasi *Go-Food* dalam konsumsinya sehingga dalam penelitian ini sampelnya sebanyak 96 orang dengan menggunakan rumus

Lemeshow karena dari populasi pengguna *Go-Food* tidak diketahui jumlahnya. Hasil dari penelitian ini yaitu religisuitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan gaya hidup juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi yakni dengan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ .

6. Penelitian oleh Yahya dkk (2022) yang berjudul "*Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Kota Medan*". Dalam penelitian ini menggunakan variabel tingkat religiusitas, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan dan perilaku konsumsi. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu 640.197 orang pria muslim yang berusia mulai 20 sampai 59 tahun dengan menggunakan teknik *Purposive sampling* dan diperoleh sampel sejumlah 105 responden. Hasil dari penelitian ini yaitu religiusitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi rokok dengan nilai signifikansi  $0,016 < 0,05$ .
7. Penelitian oleh Avida dan Rokhmani (2021) yang berjudul "*Pengaruh Literasi Ekonomi, Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Universitas Negeri Malang*". Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu literasi ekonomi, status sosial ekonomi orang tua, gaya hidup dan perilaku konsumsi. Dalam penelitian ini populasinya yaitu mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan tahun 2019 Univ Negeri Malang sejumlah 129 orang dan diperoleh sampel sebanyak 98 orang. Hasil dari penelitian ini

menunjukkan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh yang positif dan signifikan dengan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ .

8. Penelitian oleh Fajirin dan Indrarini (2021) yakni "*Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif di Surabaya)*". Penelitian ini menggunakan variabel gaya hidup, tingkat pendapatan dan perilaku konsumsi. Populasi dalam penelitian ini yaitu warga muslim Surabaya yang berusia produktif dan diperoleh sebanyak 100 responden dengan teknik *probability sampling*. Hasil dari penelitian ini yaitu gaya hidup warga muslim Surabaya memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsinya dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ .
9. Penelitian yang dilakukan oleh Yuliani serta Rahmatiah (2020) yang berjudul "*Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin Terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika UIN Alauddin Makassar*". Penelitian ini menggunakan variabel pendapatan, gaya hidup, dan jenis kelamin. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian *ex post facto* dan asosiatif kausal dengan populasi mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika angkatan 2017-2019 dengan jumlah responden sebanyak 233 orang mahasiswa. *Proportionate Stratified Sampling* menjadi teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan datanya. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial dan dilakukan analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa dengan nilai koefisien sebesar 0,585. Gaya hidup juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa dengan nilai koefisien sebesar 1173,744. Jenis kelamin berpengaruh signifikan akan tetapi bernilai negatif sebesar -024005. Sedangkan nilai R<sup>2</sup> atau koefisien determinasinya sebesar 0,832 atau 83,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan, gaya hidup, dan jenis kelamin berpengaruh sebesar 83,2% terhadap tingkat konsumsi mahasiswa dan 16,8% sisanya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Isnaini (2020) dengan judul "*Relevansi Religiusitas dengan Perilaku Konsumsi*". Penelitian ini membahas tentang religiusitas dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Hal ini karena dalam religiusitas berkaitan dengan aturan agama yang dianut seseorang. Aturan yang ada dalam agama yang dianut seseorang tersebut akan membuat batasan-batasan bagaimana konsumsi yang sesuai dengan syariat. Sehingga diperoleh hasil semakin tinggi nilai religiusitas seseorang, maka semakin baik juga perilaku konsumsi seseorang tersebut.
11. Penelitian yang dilakukan Sustiyo (2020) yang berjudul "*Apakah Literasi Keuangan Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z?*". Variabel dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumsi dan tingkat literasi keuangan. Dalam penelitian ini populasinya yaitu mahasiswa semester 4 program Diploma III PKN STAN yakni sejumlah 236 mahasiswa dan diperoleh sampel sebanyak 90 mahasiswa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan

mahasiswa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

12. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2019) yang berjudul "*Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya, dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*". Penelitian ini menggunakan variabel gaya hidup, kelompok teman sebaya, uang saku dan perilaku konsumsi. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan tahun 2016 sebanyak 667 mahasiswa dan diperoleh sampel sebanyak 230 mahasiswa melalui teknik *cluster sampling*. Kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar  $0,047 < 0,005$ . Variabel kelompok teman sebaya memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar  $0,047 < 0,005$ .
13. Penelitian yang dilakukan oleh Maipita, dkk (2019) dengan judul "*Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan*". Penelitian ini menggunakan variabel literasi ekonomi, teman sebaya dan perilaku konsumsi. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan tahun 2014 sebanyak 126 mahasiswa dan diperoleh sampel sebanyak 9 mahasiswa dengan menggunakan rumus Slovin. Kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini yaitu teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ .

14. Penelitian yang dilakukan oleh Wahidah, dkk (2018) yang berjudul "*Pengaruh Rasionalitas Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN*".

Penelitian ini menggunakan variabel literasi ekonomi, teman sebaya dan perilaku konsumsi. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan tahun 2014 sebanyak 126 mahasiswa dan diperoleh sampel sebanyak 9 mahasiswa dengan menggunakan rumus Slovin. Kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini yaitu teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

15. Penelitian yang dilakukan oleh Drifanda (2018) yang berjudul "*Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang*".

Penelitian ini menggunakan variabel literasi ekonomi, teman sebaya dan perilaku konsumsi. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolah Ragaan Universitas PGRI Semarang angkatan tahun 2016 sampai tahun 2017. Dan diperoleh sampel sebanyak 74 mahasiswa dengan menggunakan rumus Slovin. Kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar  $0,020 < 0,05$ .

16. Penelitian yang dilakukan oleh Juliani dan Cerya (2018) dengan judul “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*”. Dalam penelitian ini menggunakan variabel *financial literacy*, pendapatan, status sosial ekonomi orang tua, selera, dan rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa. Adapun sampel dalam penelitian ini yaitu sejumlah 169 dari 1691 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang tahun angkatan 2015, 2016, dan 2017 yang dipilih melalui teknik *proportionate stratified random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap rasional perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar  $0,019 < 0,005$ . Variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh negatif dan signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar  $0,034 < 0,005$ . Variabel selera berpengaruh positif dan signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar  $0,028 < 0,005$ . Dan variabel *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai sig.  $0,000 < 0,005$ .

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Putriana (2023)	“ <i>Islamic Consumption Principle and Religiosity Toward Muslim Community Consumption Behaviour</i> ”	Variabel religiusitas sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen.	Menggunakan variabel independen religiusitas serta menambahkan variabel lain yaitu, gaya hidup, teman

			Pendekatan kuantitatif.	sebayu dan literasi keuangan.
2.	Farida dan Kurniawan (2022)	“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh Kontrol Diri”	Variabel teman sebaya sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel independen teman sebaya serta menambahkan variabel lain yaitu, gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan.
3.	Octaviani dan Safitriani (2022)	“Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Fast Food pada Siswa SMA”	Variabel teman sebaya sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel teman sebaya serta menambahkan variabel lain yaitu, religiusitas, gaya hidup, dan literasi keuangan.
4.	Fitriana dan Khoniah (2022)	“Pengaruh Gaya Hidup dan Pemahaman Pola Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman Siman Ponorogo”	Variabel gaya hidup sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel independen gaya hidup serta menambahkan variabel lain yaitu, religiusitas, teman sebaya dan literasi keuangan.
5.	Yanti, dkk (2022)	“Pengaruh Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Pengguna <i>Go-Food</i> ”	Variabel religiusitas dan gaya hidup sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel independen religiusitas dan gaya hidup serta menambahkan variabel lain yaitu teman sebaya dan literasi keuangan.
6.	Yahya, dkk (2022)	“Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas,	Variabel tingkat religiusitas sebagai variabel	Menggunakan variabel independen tingkat religiusitas

		Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Kota Medan”	independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	serta menambahkan variabel lain yaitu gaya hidup, teman sebaya, dan literasi keuangan.
7.	Avida dan Rokhmani (2021)	“Pengaruh Literasi Ekonomi, Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Universitas Negeri Malang“	Variabel gaya hidup sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel independen gaya hidup serta menambahkan variabel lain yaitu religiusitas, teman sebaya, dan literasi keuangan.
8.	Fajirin dan Indrarini (2021)	“Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada <i>New Normal</i> (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif di Surabaya)”	Variabel gaya hidup sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel independen gaya hidup dan menambahkan tiga variabel lain yaitu religiusitas, teman sebaya dan literasi keuangan.
9.	Yuliani dan Rahmatiah (2020)	“Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin Terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika UIN Alauddin Makassar”	Variabel gaya hidup sebagai variabel independen. Menggunakan pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel gaya hidup dan menambahkan variabel lain yaitu religiusitas, teman sebaya, dan literasi keuangan sebagai variabel independen. Serta perilaku konsumtif sebagai variabel dependen.
10.	Isnaini (2020)	“Relevansi Religiusitas dengan Perilaku Konsumsi”	Membahas tentang religiusitas dan perilaku konsumsi.	Penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan

				variabel religiusitas, gaya hidup, teman sebaya, literasi keuangan dan perilaku konsumsi.
11.	Sustiyo (2020)	“Apakah Literasi Keuangan Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z?”	Variabel literasi keuangan sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel independen literasi keuangan dan menambahkan variabel lain yaitu gaya hidup, religiusitas dan teman sebaya.
12.	Lestari (2019)	“Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya, dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”	Variabel gaya hidup dan teman sabaya sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel gaya hidup dan teman sebaya independen dan menambahkan variabel lain yaitu religiusitas dan literasi keuangan.
13.	Maipita dkk (2019)	“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”	Variabel teman sabaya sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel independen dan menambahkan variabel lain yaitu gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan.
14.	Wahidah dkk (2018)	“Pengaruh Rasionalitas Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN”	Variabel teman sabaya sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel independen dan menambahkan variabel lain yaitu gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan.

15.	Drifanda (2018)	“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang”	Variabel teman sebaya sebagai variabel independen. Dan variabel perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel independen dan menambahkan variabel lain yaitu gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan.
16.	Juliani dan Cerya (2018)	“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang”	Variabel <i>financial literacy</i> sebagai variabel independen dan rasionalitas perilaku konsumsi sebagai variabel dependen. Menggunakan pendekatan kuantitatif.	Menggunakan variabel literasi keuangan dan religiusitas sebagai variabel independen. Serta perilaku konsumtif sebagai variabel dependen

Sumber : Berbagai penelitian terdahulu yang relevan tahun 2018-2023

## 2.2 Perilaku konsumsi

### 2.2.1 *Theory Of Planned Behaviour (TBP)*

Teori yang dikembangkan oleh seorang ahli Psikologi Sosial yaitu Izek Ajzen (1988) sangat penting digunakan untuk melihat keterkaitan antara perilaku dan sikap. Teori ini disebut dengan teori perilaku yang direncanakan. *Theory Of Planned Behaviour (TBP)* adalah pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Teori perilaku yang direncanakan dalam psikologi yaitu teori tentang hubungan antara perilaku dan keyakinan (Ns. Alfeus Manuntung, 2019).

Teori perilaku terencana atau *Theory Of Planned Behaviour (TBP)* adalah teori tentang sebab timbulnya intensi berperilaku. Intensi berperilaku ditentukan oleh tiga faktor utama yaitu sikap, norma subyektif

dan *control* perilaku yang dirasakan (Dr. Ria Sandra Alimbudiono, n.d.). *Control* perilaku menjadi faktor akhir yang ditemukan sebagai timbulnya intensi dan telah dibuktikan dapat meningkatkan kemampuan prediksi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Karena hal ini selain sikap dan norma subyektif, perilaku individu juga dipengaruhi oleh *non-volitional control* atau perasaan individu tentang ada dan tidaknya sumber daya serta peluang yang mendukung.

### **2.2.2 Teori Perilaku Konsumsi**

Salah satu perilaku yang direncanakan yaitu perilaku dalam konsumsi. Perilaku konsumsi seseorang berkaitan dengan sikap seseorang dalam cara hidup, pendapatan serta lingkungannya (Septiana, 2015). Konsumsi seseorang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan melalui pengurangan nilai guna suatu barang dan jasa. Perilaku konsumsi berkaitan dengan bagaimana konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi atau perilaku konsumen. Teori perilaku konsumen atau *consumer behavior* mempelajari cara individu dalam memilih dari beberapa pilihan yang ditemuinya dengan cara memanfaatkan *resources* atau sumber daya yang dia miliki.

Perilaku konsumen adalah hal yang mendasari konsumen untuk mengambil keputusan melakukan pembelian. Perilaku konsumen menurut *American Marketing Association* yaitu interaksi dinamis antara kognisi dan pengaruh, perilaku dan kejadian sekitar dimana

manusia melakukan suatu bidang dalam hidup mereka (Sunyoto & Saksono, 2022).

Sementara perilaku konsumen menurut Sunyoto (2012) dalam (Putri Nugraha et al., 2021) yaitu berbagai aktivitas individu yang secara langsung dalam menggunakan, memperoleh termasuk proses mengambil keputusan dalam pemilihan barang atau jasa.

Sedangkan Hasan (2013) menafsirkan perilaku konsumen yaitu keterlibatan individu dalam memilih, menggunakan atau membeli suatu produk atau jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dari definisi-definisi perilaku konsumen di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumen yaitu tindakan konsumen dengan proses mempertimbangkan produk baik berupa barang dan jasa yang akan dibeli atau dipakai guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

### **2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi**

Perilaku konsumsi seseorang tentunya dipengaruhi beberapa faktor. Kotler dan Keller (2008) menyebutkan faktor tersebut yaitu budaya, pribadi, dan sosial (Putri Nugraha et al., 2021). Berikut ini penjelasan rinci tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi

#### *a. Culture Factor*

Salah satu penentu dasar dari perilaku dan keinginan seseorang yaitu budaya. Budaya berkaitan dengan kebiasaan dalam

masyarakat dan mengandung nilai dan dilakukan secara terus menerus bahkan diwariskan dari generasi ke generasi. Faktor budaya mencakup sub-budaya dan kelas sosial yang ada di masyarakat.

*b. Personal Factor*

Faktor pribadi seseorang juga mempengaruhi keputusan dalam pembelian konsumsi. Yang termasuk faktor pribadi seseorang antara lain (Putri Nugraha et al., 2021) : 1) Usia dan tahap siklus hidup seseorang, seseorang dalam hidupnya akan mengalami perubahan dalam mengkonsumsi barang atau jasa apa yang digunakan. 2) Pekerjaan, pekerjaan seseorang akan mempengaruhi barang atau jasa apa saja yang akan dibeli. 3) Ekonomi, berkaitan dengan harta, tabungan maupun uang yang dikeluarkan untuk konsumsi. 4) Gaya hidup, berkaitan dengan cara seseorang dalam menjalani kehidupannya, 5) Konsep diri serta kepribadian, berkaitan karakteristik yang ada dalam diri seseorang.

*c. Social Factor*

Faktor sosial yang memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen meliputi keluarga, status, peran sosial dan kelompok referensi yang ada di masyarakat.

Perilaku konsumsi dalam melekat pada siapa saja, salah satunya mahasiswa. Perilaku konsumsi dipengaruhi faktor internal dan faktor eksternal (Wardani & Anggadita, 2021). Yang termasuk faktor internal seperti harga diri, motivasi, persepsi, proses belajar, konsep diri dan

kepribadian. Sedangkan yang termasuk faktor eksternal seperti keluarga, teman sebaya, kebudayaan, kelompok sosial dan kelompok referensi.

#### **2.2.4 Konsumsi dalam Islam**

Melihat tidak terbatasnya kebutuhan manusia, sementara sumber daya untuk memenuhinya terbatas, menjadi penyebab perlunya ilmu ekonomi. Oleh karena itu manusia membutuhkan berbagai penunjang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Aktivitas yang dapat menunjang perekonomian yaitu konsumsi, produksi, dan distribusi. Bahkan perilaku distribusi dan pola konsumsi dapat menentukan roda perekonomian (Fadilah, 2020). Dalam Islam, sumber ajaran mengenai aktivitas perekonomian disebutkan dalam Al-Qur'an dan hadis. Bahkan baginda Rasulullah SAW menjadi teladan dalam aktivitas perekonomian hingga saat ini.

Teori konsumsi dalam Islam yaitu mengkonsumsi sesuatu sesuai yang dibutuhkan dengan niat untuk meningkatkan tenaga dalam ketataan pengabdian kepada Allah SWT sehingga konsumsi tersebut dapat bernilai ibadah supaya manusia mendapat pahala (Fadilah, 2020). Konsumsi dalam Islam didasarkan pada keadilan konsumen. Salah satu keadilan konsumen dalam konsumsi yaitu mengkonsumsi sesuai kebutuhan artinya dalam kegiatan konsumsi seseorang tidak berlebih-lebihan. Sebagaimana firman Allah swt dalam QS. Al-A'raf (7) : 31 yang menyatakan bahwa :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ مَعَكَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلِّ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Yang artinya:

“Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaian yang indahmu pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, akan tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”. (Al-Qur’an, 2022)

Ayat diatas menjelaskan perintah Allah untuk mengenakan pakaian yang bagus setiap masuk masjid yang dimaksud pakaian yang bagus dalam ayat ini yaitu pakaian yang suci, wajar dan dapat menutupi aurat. Selain itu dalam ayat ini dijelaskan untuk memakan dan minum dari segala yang baik dan tidak berlebihan yakni seimbang dalam mengkonsumsinya (Nengsih & Auliya, 2020).

Selain ayat yang telah disebutkan, ada pula hadits tentang anjuran untuk tidak bersikap konsumtif. Dengan kata lain supaya membelanjakan harta pada batasanya dan sesuai kebutuhan. Hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah bahwasannya Rasulullah saw bersabda:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كُلُّوا وَاشْرَبُوا وَتَصَدَّقُوا وَابْسُؤُوا مَا لَمْ يَخَالَطُهُ إِسْرَافٌ أَوْ مَخِيلَةٌ

“Rasulullah Shallahu ‘alaihi wasallam bersabda, Makanlah dan minumlah, bersedekah dan berpakaianlah kalian dengan tidak berlebihan atau kesombongan” (HR. Ibnu Majah)

Oleh sebab itu konsumsi dalam Islam yaitu tidak hanya konsumsi dalam bentuk materi saja akan tetapi di dalamnya termasuk konsumsi sosial seperti zakat dan sedekah (Septiana, 2015).

Selain itu dalam konsumsi ada yang namanya keadilan konsumen yaitu dengan membelanjakan pendapatannya untuk kebutuhan materi seperti kebutuhan duniawi dan untuk kebutuhan sosial yang dipergunakan untuk kepentingan di akhirat nanti seperti zakat, infaq, dan sodaqoh (Wigati, 2011).

### **2.2.5 Indikator Perilaku konsumsi**

Menurut Wahyudi dalam (Juliani, 2018) indikator perilaku konsumsi sebagai berikut :

a. Perilaku konsumen rasional

Yaitu perilaku konsumen untuk memutuskan konsumsi barang dan jasa yang dipertimbangkan melalui nalar atau rasional. Pembelian barang dan jasa dikatakan rasional jika: 1) Produk dapat memberikan kegunaan yang optimal atau *optimum utility* untuk konsumen, 2) Produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen, 3) Terjamin mutu produknya, 4) Harga produk dapat dijangkau konsumen artinya konsumen mampu dalam membeli produk tersebut.

b. Perilaku konsumen irasional

Perilaku konsumen yang irasional yaitu pembelian produk yang dilakukan konsumen tanpa melihat manfaat produk dan tanpa ada pertimbangan yang baik. Seperti pembelian produk karena mereknya, pembelian produk karena adanya potongan harga, membeli produk karena gengsi sehingga pembelian konsumen tersebut tidak untuk memenuhi kebutuhannya.

Astuti, et. al. (2022) dalam penelitiannya indikator yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumsi seseorang yaitu sebagai berikut:

- a) Pemenuhan kebutuhan sesuai dengan intensitas, dalam hal ini pemenuhan kebutuhan konsumsi berdasarkan tingkat intensnya atau tingkatan kebutuhannya. Terdapat lima kebutuhan dasar manusia menurut Maslow dalam (Bachri, 2010). Seseorang tentunya akan terlebih dahulu memenuhi kebutuhan dasarnya seperti makan, pakaian dan tempat tinggal (Murniatiningsih, 2017).
- b) Motif dalam melakukan konsumsi, dalam penelitian ini yang digunakan adalah motif sosial untuk mengukur apakah mahasiswa memiliki kepedulian sosial terhadap lingkungannya.
- c) Penerapan prinsip ekonomi, dalam hal ini prinsi ekonomi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi memiliki skala prioritas akan kebutuhannya dan harga barang dalam hal ini membandingkan harga suatu barang sebelum membeli dengan indikasi bahwa mahasiswa memiliki kesadaran untuk menghemat uangnya (Astuti et al., 2022).

## **2.3 Gaya Hidup**

### **2.3.1 Definisi Gaya Hidup**

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya yang diimplementasikan dalam aktivitas, hobi dan pendapatnya melalui uang yang

dibelanjakannya. Gaya hidup yang benar dalam artian apabila bila seseorang dapat mengatur gaya hidupnya maka perilaku keuangan seseorang tersebut dapat dikelola dengan benar pula (Safura Azizah, 2020).

Gaya hidup menurut Sumarwan (2011) mencerminkan kegiatan, minat dan opini seseorang. Kotler dan Keller (1983) mendefinisikan gaya hidup sebagai pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam bentuk aktivitas, opini dan minatnya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola hidup seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah cara atau pola hidup seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya melalui aktivitas, minat serta opininya.

Seiring perkembangan zaman membuat gaya hidup mahasiswa sekarang ini cenderung mengikuti tren kekinian sehingga membuat meningkatnya pengeluaran konsumsi mahasiswa bahkan mereka mengesampingkan pemahaman agama yang dimiliki (Wulansari et al., 2020).

Dari beberapa definisi tentang gaya hidup di atas, peneliti menyimpulkan bahwa gaya hidup yaitu bagaimana cara atau pola seseorang dalam menghabiskan waktu dan uangnya.

### **2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup**

#### **a. Faktor Sosial**

Faktor sosial yang dapat mempengaruhi gaya hidup meliputi:

1) Budaya

Budaya menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang. Budaya yang dimaksud dalam hal ini yaitu kepercayaan terhadap suatu hal, norma-norma yang ada di masyarakat, serta adat-istiadat suatu daerah.

2) Kelas sosial

Schiffman dan Kanuk (2010) mengartikan bahwa kelas sosial adalah pembagian anggota sosial menuju tingkatan kelas status yang nyata yang terdiri dari beberapa kelas dari yang terendah dan tertinggi.

3) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah orang di sekeliling individu yang secara langsung ataupun tidak langsung dapat mempengaruhi sikap dan perilaku individu (Amir, 2005).

4) Siklus kehidupan keluarga

b. Faktor Psikologis

Faktor psikologis yang bisa memberi pengaruh gaya hidup seseorang meliputi kepribadian, kelas, persepsi dan motivasi.

### **2.3.3 Indikator Gaya Hidup**

Indikator gaya hidup menurut Sumarwan (2014) dalam (Zakia et al., 2022) antara lain:

- a. Membeli atau belanja yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhannya.

- b. Keluarga, dalam hal ini jumlah anggota keluarga atau orang yang tinggal dalam satu rumah akan memiliki ketergantungan.
- c. Diri sendiri, dalam hal ini yakni pandangan tentang dirinya sendiri yang dirasakannya.
- d. Isu sosial, dalam isu sosial yakni sesuatu yang kita lakukan supaya kita mendapatkan pengakuan bahkan gengsi jika kita melakukannya.

Menurut Mowen dan Minor (2002) gaya hidup memiliki indikator antara lain:

- a. Kegiatan (*activities*) meliputi apa yang dilakukan konsumen, produk yang dipakai atau dibeli, dan aktivitas yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.
- b. Minat (*interest*) meliputi kegemaran, minat, hobi dan prioritas dalam hidup konsumen.
- c. Opini (*opinion*) meliputi perasaan atau pandangan konsumen dalam merespon berbagai macam isu baik global, lokal, ekonomi dan sosial.

Peter dan Olson (2002) dalam juga menyebutkan gaya hidup dapat diukur dengan menggunakan indikator gaya hidup yaitu kegiatan, minat, dan opini.

## **2.4 Religiusitas**

### **2.4.1 Definisi Religiusitas**

Religiusitas berkaitan dengan pengabdian terhadap agama. Religiusitas didefinisikan sebagai keyakinan dan pengabdian

pribadi seseorang terhadap ajaran Tuhan-Nya. Oleh Karena religiusitas bersifat pribadi antara individu dan Tuhan-Nya maka religiusitas akan dapat mempegaruhi hidup seseorang termasuk ketika orang tersebut berinteraksi dengan orang lainnya.

Al-Qur'an menjadi petunjuk bagi umat Islam dalam menjalani kehidupan. Konsep religiusitas maka harus mengacu pada Al-Qur'an. Banyak ayat Al-Qur'an yang digunakan sebagai dasar dalam konsep religiusitas antara lain Q.S Al-Baqarah (2) : 208 berikut

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

Artinya:”Wahai orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) dengan menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia adalah musuh yang nyata bagimu”

Ayat tersebut menjelaskan konsep *kaffah* yaitu melaksanakan ajaran Islam secara menyeluruh (*kaffah*) atau totalitas. Antonio (2001) menjelaskan bahwa seorang muslim yang tingkat religiusitasnya tinggi, maka dia akan berusaha untuk melaksanakan Islam secara menyeluruh atau *kaffah* dimana Islam yang *kaffah* mencakup seluruh aspek kehidupan baik yang bersifat ibadah maupun sosial kemasyarakatan seperti *muamalah*.

Religiusitas muslim dapat dilihat dari lima hal yaitu (Rakhmat, 2013):

- a. Akidah, hal ini yang berkaitan keimanan.

- b. Ibadah, berkaitan dengan praktik beribadah menyembah Allah swt.
- c. Amal, berkaitan dengan praktik berhubungan sesama manusia.
- d. Akhlak, berkaitan dengan perilaku atau perbuatan baik atau buruk yang dilakukan.
- e. Pengetahuan, keyakinan seseorang dalam mengetahui dan memahami agamanya.

Menurut Antonio (2001), seorang cendekiawan muslim menjelaskan bahwa ibadah merupakan hakikat hidup manusia sebagai *khalifah* dan hamda Allah swt di muka bumi ini. Sedangkan *muamalah* merupakan tatanan kehidupan sosial bagi manusia dalam berkehidupan di masyarakat tanpa memandang kaya dan miskin, muslim atau non muslim dan sebagainya. Sedangkan aspek *muamalah* meliputi ekonomi, politik, budaya serta hukum Islami. Aspek ini perlu diperhatikan dalam rangka menjalani kehidupan Islami secara *kaffah* (Bambang, 2021).

Menurut Shihab dalam (Rif'an, 2020) religiusitas memiliki arti yaitu pertama, keagamaan atau taat beragama. Kedua, religiusitas merupakan suatu penghayatan keagamaan dan pendalaman kepercayaan yang dicerminkan melalui praktik ibadah sehari-hari, membaca kitab suci dan berdo'a. Ketiga, hubungan antara manusia dengan Tuhan-Nya (Allah swt) dan yang lain (makhluk) dengan digunakannya tiga konsep dasar yaitu iman, Islam, dan ihsan.

Dalam ekonomi Islam adanya aktivitas konsumsi yaitu aktivitas yang bertujuan untuk mencapai *maslahah*. Paradigma ini masyarakat diharapkan dapat memfilter kegiatan konsumsinya dan membuat skala prioritas kebutuhannya berdasarkan tingkatannya yaitu *dharuriyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyat*. Tingkat religiusitas seseorang ditunjukkan dengan terlaksananya praktek keagamaan yang baik, menolong sesama, berperilaku baik dengan sesama, menambah pengetahuan ilmu agama, menghindari perbuatan yang dilarang oleh agama, menjadi pribadi yang jujur, dan menjadi pribadi yang dapat diandalkan (Yustati, 2020).

Dari beberapa definisi yang telah disebutkan, peneliti menyimpulkan bahwa religiusitas yaitu tingkat pemahaman seseorang terhadap nilai dan aturan dalam agama yang dianutnya.

#### **2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Religius**

Seiring berjalannya waktu, tingkat kematangan religius seseorang akan berkembang. Hal ini karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain :

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

Faktor internal yang mempengaruhi perilaku religius seseorang berkaitan dengan kejiwaan seseorang. Secara garis besar menurut para ahli psikologi faktor-faktor internal yang mempengaruhi religius seseorang sebagai berikut :

##### **1) Faktor Hederitas**

Yaitu rasa keagamaan dalam jiwa individu dibentuk dari unsur-unsur kejiwaan yang kognitif, afektif, dan konatif. Dimana faktor hederitas terbentuk dalam jiwa seseorang dengan bantuan lingkungan di sekitarnya.

#### 2) Faktor Usia

Kesadaran seseorang terhadap agama tidak hanya dilihat dari usianya, akan tetapi faktor usia menjadi pembeda seseorang terhadap pemahaman dalam beragama.

#### 3) Kepribadian

Kepribadian seseorang dalam beragama seperti membedakan perbuatan yang baik dan buruk. Sehingga seseorang dapat mengontrol pribadinya dalam mengikuti aturan agama yang dianutnya.

#### 4) Kondisi kejiwaan seseorang

#### b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku religius seseorang berkaitan dengan lingkungan sekitar seseorang itu hidup. Dimana lingkungan tersebut pada umumnya terbagi menjadi:

##### 1) Lingkungan Keluarga

Kelurga menjadi lingkungan sosial pertama seseorang. Oleh karena itu, keluarga menjadi fase sosialiasasi pertama yang membentuk kejiwaan beragama seseorang.

##### 2) Lingkungan Institusional

Lingkungan institusional berupa pengajaran seperti dalam bersikap dan berperilaku yang baik. Dalam hal ini peran pengajar dan sesama teman penting untuk membentuk perilaku baik. Dari berperilaku baik inilah dapat membentuk moral seseorang yang berkaitan dengan jiwa keagamaan seseorang.

### 3) Lingkungan Masyarakat

Dalam berkehidupan di masyarakat tentunya terdapat tata nilai dan norma. Tata nilai dan norma tersebut memiliki pengaruh pada perkembangan jiwa keagamaan seseorang.

#### **2.4.3 Indikator perilaku religiusitas**

Menurut Glock dan Stark dalam (Ancok et al., 2000) indikator-indikator religiusitas sebagai berikut :

##### a. Dimensi Keyakinan

Dapat dilihat dari seberapa yakin seseorang tersebut akan agamanya. Dalam Islam keyakinan ini disebut rukun iman. Yang mana iman adalah keyakinan dalam hati, mengucapkan dengan lisan dan mengamalkannya.

##### b. Dimensi Praktik Agama

Dalam dimensi praktik agama mencakup taat, menyembah dan tingkah laku yang mencerminkan komitmen pada agama. Dalam praktik agama terbagi menjadi dua yaitu ritual dan ketaatan. Praktik agama yang berupa ritual yang dapat dilihat dari rukun Islam. Dimana rukun Islam meliputi syahadat,

shalat, zakat, puasa dan haji. Praktik agama yang berupa ketaatan yakni komitmen seseorang dalam menjalankan ibadah rukun Islam.

c. Dimensi Pengalaman

Dapat dilihat melalui perilaku yang tercermin dalam kehidupan sehari-hari seseorang. Perilaku yang dalam ini meliputi taqwa kepada Allah swt, melaksanakan perintah Allah swt dan menjauhi larangan Allah swt serta berbakti kepada orang tua serta bersyukur atas nikmat yang diberikan.

d. Dimensi Pengetahuan Agama

Dimensi pengetahuan agama dapat dilihat dari pemahaman dasar seseorang terhadap agamanya, kitab suci dan kebiasaan yang ada dalam agama yang dianutnya. Dalam agama Islam pengetahuan agama meliputi pengetahuan tentang sejarah peradaban Islam dan sesuatu hal yang diperbolehkan dan serta yang dilarang.

e. Dimensi Pengamalan

Dalam dimensi pengamalan mencakup konsekuensi dalam beragama. Dalam dimensi ini berupa sebab akibat meyakini agama, mempraktikkan, pengalaman dan pengetahuan seseorang. Karena dimensi ini menjelaskan bahwa ketika seseorang meyakini agamanya, maka hal tersebut akan mempengaruhi kehidupannya.

Menurut Bawono (2014) dalam (Wulansari et al., 2020) menyebutkan bahwa seorang muslim yang mempertimbangkan prospek ke depan yang lebih baik baik dalam hal dunia dan akhirat, maka muslim tersebut memiliki religiusitas tinggi. Oleh karena itu, seorang muslim tersebut akan melakukan konsumsi seperti sedekah yakni untuk memenuhi kebutuhan orang lain yang mana sedekah tersebut merupakan investasi yang dapat membawa berkah.

## **2.5 Literasi Keuangan**

### **2.5.1 Definisi Literasi Keuangan**

Literasi keuangan yaitu pengetahuan tentang konsep keuangan dalam rangka membuat keputusan dan mengelola keuangan. Literasi keuangan meliputi pengetahuan tentang keuangan pribadi, pinjaman, tabungan, investasi dan asuransi (Prasetyaningsih, 2019).

Lusardi dan Mitchell (2007) dalam (Silaya, 2016) literasi keuangan yaitu pengetahuan tentang keuangan dan kemampuan menerapkannya. Adapun Chen dan Volpe (1998) mendefinisikan literasi keuangan adalah pengetahuan untuk mengelola keuangan. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan yaitu kemampuan untuk mengetahui tentang keuangan dan mengelola keuangan.

Dikutip dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, keyakinan yang

mempengaruhi perilaku dan sikap keuangan seseorang untuk meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan untuk mencapai kesejahteraan (Otoritas, 2013).

Peneliti menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan literasi keuangan yaitu pemahaman dan keterampilan seseorang yang meliputi pengelolaan dan pengambilan keputusan dalam hal keuangan.

Adapun tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia berdasarkan hasil survey OJK pada tahun 2013 dibagi menjadi empat yaitu :

*a. Well literate*

*Well literate* yaitu keyakinan dan pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang lembaga keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk di dalamnya fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban serta keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

*b. Sufficient literate*

*Sufficient literate* yaitu keyakinan dan pengetahuan yang dimiliki tentang lembaga keuangan serta produk jasa keuangan, fitur, manfaat, risiko serta hak dan kewajiban.

*c. Less literate*

*Less literate* yaitu hanya pengetahuan yang dimiliki tentang lembaga keuangan serta produk dan jasa keuangan.

*d. Not literate*

*Not literate* yaitu tidak memiliki keyakinan dan pengetahuan tentang lembaga keuangan serta produk jasa keuangan.

Tingkat literasi keuangan yang rendah menjadi permasalahan yang serius karena berdampak negatif terhadap perilaku keuangan seseorang. Disisi lain, literasi keuangan memiliki banyak sisi positif bagi seseorang yang memiliki literasi yang kuat.

Menurut Cole dkk (2009) dalam (Hidajat, 2016) literasi keuangan dapat menjadi solusi bagi macam-macam permasalahan yang berkaitan dengan krisis keuangan. Sisi positif lain bagi yang tingkat literasi keuangannya tinggi yaitu kemampuan membuat keputusan keuangan dan mengelola keuangan serta dapat meminimalisir kesalahan keuangan.

### **2.5.2 Aspek Dalam Literasi Keuangan**

Menurut Chen dan Volpe (1998) terdapat beberapa aspek literasi keuangan yakni sebagai berikut :

- a. Pemahaman dan pengetahuan umum tentang keuangan pribadi
- b. Tabungan

Berkaitan dengan tabungan dan pinjaman seperti menggunakan kartu kredit.

- c. Asuransi

Pengetahuan dasar tentang produk asuransi dan lainnya seperti asuransi kesehatan, asuransi jiwa, dan sebagainya.

- d. Investasi

Pengetahuan dasar tentang investasi seperti macam-macam investasi, risiko investasi, dan sebagainya.

### **2.5.3 Indikator Literasi Keuangan**

Indikator literasi keuangan menurut Oseifuah (2010) antara lain:

- a. Pengetahuan keuangan
- b. Sikap keuangan
- c. Perilaku keuangan

Indikator literasi keuangan menurut Chen dan Volpe dalam (Latifiana, 2016) antara lain:

- a. Pengetahuan dasar keuangan
- b. Pengelolaan kredit
- c. Pengelolaan investasi dan tabungan
- d. Manajemen risiko

## **2.6 Teman Sebaya**

### **2.6.1 Definisi Teman Sebaya**

Individu atau seseorang ketika berada di lingkungannya, maka akan terjadi interaksi dengan sesamanya. Interaksi ini dapat terjadi antara individu dengan individu lain baik mereka yang usianya lebih muda, lebih tua bahkan yang seusia. Dalam lingkup interaksi individu ini dapat terjadi yang namanya pertemanan individu dengan temannya atau adanya kelompok teman sebaya. Menurut Havighurst dalam (Gandhi et al., 2021) menjelaskan teman sebaya yaitu sekumpulan orang yang mempunyai usia yang nyaris sama

yang memiliki pikiran dan bertindak secara bersamaan. Hethering dan Parke dalam (Amilia et al., 2018) mendefinisikan teman sebaya dengan semua individu yang mempunyai kesamaan dalam sosial dan dicirikan memiliki tingkat usia yang sama. Vembriarto dalam (Sofianita, 2015) mendefinisikan teman sebaya dengan kelompok yang terdiri dari individu-individu yang memiliki kesamaan dalam beberapa aspek.

Kelompok teman bersama cenderung mengetahui kondisi serta keadaan temannya dibandingkan orang tuanya karena dalam kelompok pertemanana itulah seseorang merasa mereka menemukan tanggapan dan merasa dibutuhkan oleh orang lain. Dan dalam perkumpulan teman sebaya, individu merasa percaya diri ketika melakukan sesuatu secara bersama-sama dengan temannya (Waruwo, 2018).

Karena dalam kelompok teman sebaya terdapat kesamaan usia, dan intensitas waktu bersamanya lebih sering, oleh karena itu dalam teman sebaya dapat memberikan pengaruh kepada individu baik dalam perilaku, interaksi hingga ketertarikan yang sama (Fildayanti, 2018).

Peneliti menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kelompok teman sebaya yaitu sekelompok orang atau individu yang memiliki kesamaan sosial yang salah satu cirinya yaitu memiliki usia yang sama.

### **2.6.2 Faktor Teman Sebaya**

Terdapat beberapa faktor yang dapat menjelaskan alasan kelompok atau sekumpulan orang yang dalam penelitian ini teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku seseorang yakni menurut Mowen dan Minor (2002) dalam penelitian (Maipita & Hasri, 2019) sebagai berikut:

- a. Adanya pengaruh dari norma, informasi dan nilai ekspresif.
- b. Adanya peran dalam kelompok
- c. Adanya desakan penyesuaian dalam kelompok
- d. Adanya proses perbandingan sosial
- e. Adanya penetangan dalam kelompok

### **2.6.3 Indikator Teman Sebaya**

Indikator dalam teman sebaya dalam penelitian ini yaitu menurut Khairinal et al. (2020) sebagai berikut:

- a. Interaksi dalam teman sebaya
- b. Keterlibatan individu dalam interaksi teman sebaya
- c. *Support* teman sebaya
- d. Teman sebaya sebagai teman belajar
- e. Teman sebaya dapat meningkatkan harga diri

Adapun menurut Utama dan Syaiful (2020) dalam penelitian (Khairat, 2022) indikator terpilih dari teman sebaya sebagai berikut:

- a. Teman sebaya berperan sebagai pengganti keluarga
- b. Teman sebaya saling memberikan dukungan

- c. Interaksi dalam teman sebaya
- d. Teman sebaya saling memberikan pengaruh

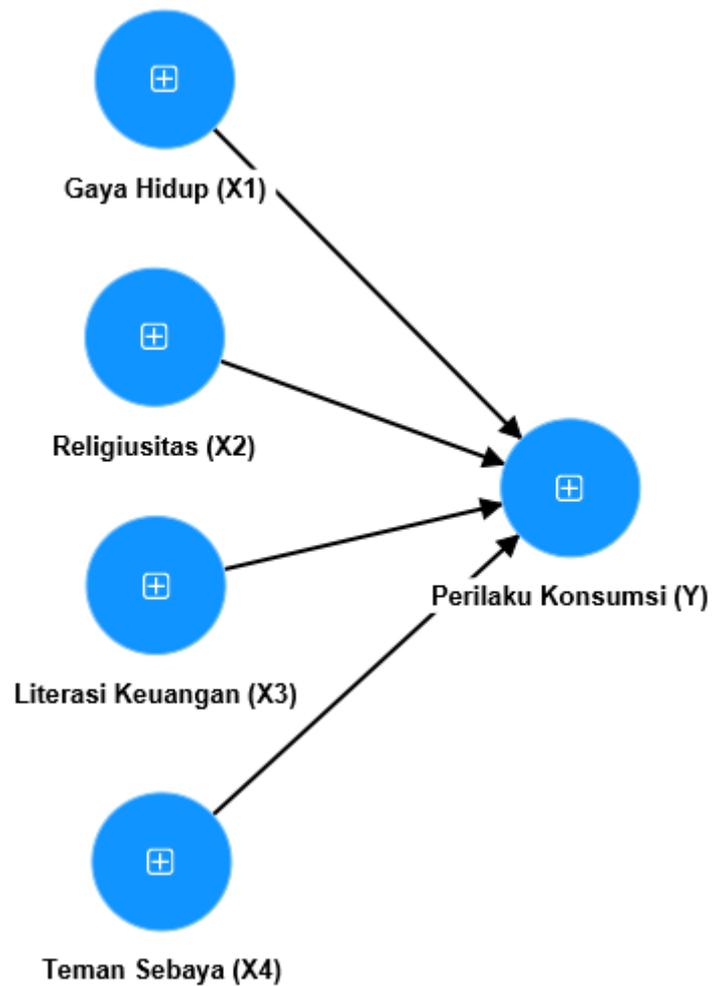
## BAB III

### KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

#### 3.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan, penelitian ini akan menguji pengaruh gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan. Adapun kerangka konseptual ditunjukkan pada gambar 3.1 berikut ini

**Gambar 3. 1 Kerangka Konsep Penelitian**



*Sumber : Data diolah peneliti, 2023*

### 3.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yaitu dugaan sementara pada rumusan masalah yang diteliti peneliti yang berupa kalimat pertanyaan. Hipotesis penelitian kuantitatif berupa prediksi-prediksi yang disusun peneliti mengenai hubungan variabel yang diteliti (Creswell, 2016). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji faktor-faktor yang dapat mencerminkan perilaku konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan adalah :

**H<sub>1</sub> = Gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya mencerminkan faktor perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan**

#### 3.2.1 Hubungan Gaya Hidup dan Perilaku konsumsi

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi perilaku konsumsinya. Penelitian yang dilakukan Rafidah et. al (2020) menunjukkan temuan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Penelitian lain yaitu dilakukan Putriana (2023) yang menunjukkan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim. Artinya semakin tinggi gaya hidup remaja tersebut maka semakin tinggi pula perilaku konsumsi masyarakat muslim tersebut. Peneliti lain yakni Yanti et. al (2022) juga menguji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi masyarakat yang menggunakan jasa pesan antar makanan secara *online* yang hasilnya

yakni terdapat pengaruh yang signifikan dari gaya hidup terhadap perilaku konsumsi masyarakat tersebut.

Berdasarkan beberapa kajian teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>2</sub> = Gaya hidup memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.**

### **3.2.2 Hubungan Religiusitas dan Perilaku konsumsi**

Yahya et. al (2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim Kota Medan dalam konsumsi rokok. Dengan kata lain apabila tingkat religiusitas seseorang semakin tinggi, maka perilaku konsumsi seseorang tersebut semakin tinggi pula dalam penelitian ini dengan tingkat religiusitas masyarakat muslim Kota Medan dapat melihat kandungan zat halal yang terdapat pada barang yang dikonsumsinya tersebut.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Rosyidah dan Handayati (2022) yaitu hasil penelitiannya menjelaskan bahwa tingkat religiusitas seseorang sangat berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim. Hal ini disebabkan konsumen muslim dalam membeli produk berdasarkan kadar keimanannya.

Peneliti lain yakni Isnaini (2020) yang menghasilkan temuan bahwa perilaku konsumsi seseorang salah satunya dipengaruhi

religisuitasnya. Hal ini yang menjadikan seseorang tersebut melakukan konsumsi sesuai dengan batasan syariat agama yang dianutnya.

Berdasarkan beberapa kajian teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>3</sub> = Religiusitas memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan**

### **3.2.3 Hubungan Literasi Keuangan dan Perilaku konsumsi**

Menurut Gutter (2008) pengetahuan tentang keuangan adalah penentu utama dalam membentuk perilaku keuangan. Perilaku keuangan yang bagus dapat dilihat dari cara pengelolaan, pengendalian dan perencanaan dalam keuangan. Pengetahuan dan kemampuan seseorang tentang konsep literasi keuangan akan menentukan baik tidaknya pengelolaan keuangannya (Fatimah & Susanti, 2018).

Beberapa penelitian yang menunjukkan hasil literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi seseorang diantaranya penelitian yang dilakukan Fatimah dan Susanti (2018.) Dimana hasil penelitiannya menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara literasi keuangan dengan perilaku keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

Peneliti lain yaitu Juliani dan Cerya (2018) yang menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa melalui rasionalitas.

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Sustiyo (2020) yang mana jika literasi keuangan mahasiswa itu tinggi, maka mahasiswa tersebut dapat membuat keputusan konsumsi yang baik.

Berdasarkan beberapa kajian teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>4</sub> = Literasi keuangan memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.**

#### **3.2.4 Hubungan Teman Sebaya dan Perilaku konsumsi**

Teman sebaya menurut Santrock dalam (Amilia et al., 2018) adalah remaja atau individu-individu yang tingkat usia dan kedewasaannya hampir sama. Tentunya mahasiswa atau individu akan berinteraksi sosial dengan teman sebayanya salah satunya di kampus atau perguruan tinggi. Dari interaksi inilah mahasiswa akan mendapat pengaruh-pengaruh salah satunya dalam hal perilaku konsumsi.

Nurita et. al (2017) dalam penelitian (Maipita & Hasri, 2019) menjelaskan bahwa teman sebaya merupakan kelompok yang memiliki tingkat kedewasaan, saling memberi pengaruh dan menerapkan dasar hidup bersama.

Hal ini selaras dengan penelitian oleh Hidayah (2021) yang mana penelitiannya membahas tentang semakin tinggi kelompok teman sebaya seorang siswa maka semakin besar perilaku konsumsi siswa tersebut.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Wowor et. al (2018) menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari teman sebaya terhadap perilaku konsumsi jajan siswa.

Penelitian lainnya tentang pengaruh teman sebaya dengan perilaku konsumsi yaitu oleh Wahidah et. al (2018) yang mana dalam penelitian ini teman sebaya memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

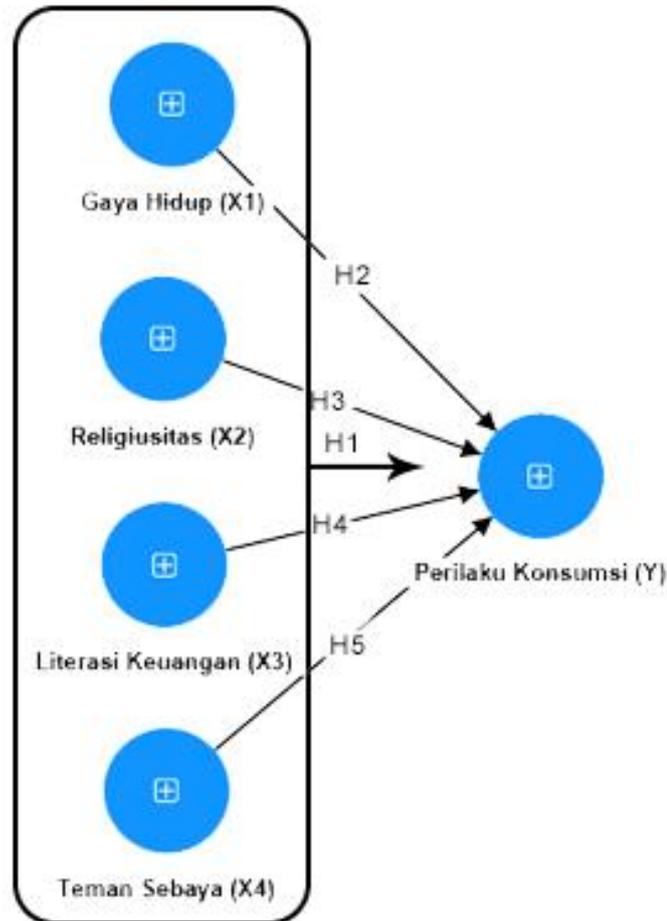
Berdasarkan beberapa kajian teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>5</sub> = Teman sebaya memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.**

### **3.2 Model Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kerangka konsep dan hipotesis yang diajukan, maka peneliti menyusun model hipotesis penelitian seperti yang ada pada Gambar 3.2 berikut

**Gambar 3. 2 Model Hipotesis Penelitian**



*Sumber : Data diolah peneliti, 2023*

Keterangan:

- X<sub>1</sub> : Variabel gaya hidup
- X<sub>2</sub> : Variabel religiusitas
- X<sub>3</sub> : Variabel literasi keuangan
- X<sub>4</sub> : Variabel teman sebaya
- Y : Variabel perilaku konsumsi

Maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

- H<sub>1</sub> : Gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya merupakan faktor perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.

- H<sub>2</sub> : Gaya hidup memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan
- H<sub>3</sub> : Religiusitas memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan
- H<sub>4</sub> : Literasi keuangan memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.
- H<sub>5</sub> : Teman sebaya memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.

## **BAB IV**

### **METODE PENELITIAN**

#### **4.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *eksplanatory research* karena menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dan hasil dari penelitian ini yaitu gambaran mengenai hubungan sebab – akibat (Kusumastuti et al., 2020).

Menurut Sugiyono (2013) yang dimaksud penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang dipakai untuk meneliti populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2013).

Data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif artinya data diperoleh dengan menghitung dan mengukur. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner. Penelitian kuantitatif dipilih karena untuk mengetahui pengaruh pendapatan, gaya hidup, religiusitas dan literasi terhadap perilaku mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan

#### **4.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan lokasi penelitian yaitu STAI Al-Yasini Pasuruan tepatnya pada mahasiswa. Ruang lingkup pada penelitian ini yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja atau *purposive* berdasarkan pertimbangan bahwa lokasi yang dipilih dapat memenuhi kriteria sampel yaitu mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.

### **4.3 Populasi dan Sampel**

#### **4.3.1 Populasi**

individu, kelompok, atau objek penelitian misalnya karyawan perusahaan, mahasiswa di universitas, warga negara suatu negara.

Vogt dan Johnson (2015) mendefinisikan sekelompok orang baik lembaga, peristiwa dan subjek study lainnya. Cramer dan Howitt (2004) mendefinisikan populasi yaitu semua jenis individu tertentu yang mungkin dibatasi oleh letak geografis maupun satu atau lebih karakteristik lainnya. Polit dan Beck (2018) mendefinisikan populasi sebagai seluruh kelompok yang diminati atau keseluruhan agregat elemen.

Berdasarkan beberapa definisi populasi di atas, dapat ditarik kesimpulan yang dimaksud dengan populasi yaitu total seluruh dari objek penelitian baik keseluruhan orang, kasus, objek dimana penelitian itu dilakukan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan berdasarkan wawancara dengan staff akademik STAI Al-Yasini Pasuruan jumlah seluruh mahasiswa yaitu 430 mahasiswa.

#### **4.3.2 Sampel**

Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang terdapat pada populasi (Sugiyono, 2013). Menurut Everitt dan Scronal (2010) sampel merupakan bagian terpilih dari populasi melalui beberapa proses yang bertujuan untuk menyelidiki atau mempelajari sifat tertentu dari populasi induk.

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara memberikan kesempatan yang sama pada anggota populasi (Sugiyono, 2013). Teknik ini digunakan dengan tujuan supaya peneliti dapat mengetahui tanggapan mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan tentang pengaruh pendapatan, gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan perilaku konsumsi.

Dalam penarikan sampel peneliti menggunakan teknik slovin. Teknik slovin yaitu teknik perhitungan matematis yang digunakan untuk menghitung sampel dari populasi pada objek tertentu. Berikut perhitungan menggunakan rumus slovin:

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

Keterangan :

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir (5%).

Sehingga didapatkan :

Dari perhitungan di atas maka sampel responden yang diambil untuk penelitian ini yaitu sejumlah 207,23 responden mahasiswa dan peneliti membulatkan menjadi 208 responden mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.

## **4.4 Definisi Operasional Variabel**

### **4.4.1 Variabel Gaya Hidup**

Gaya hidup menurut Mowen (2002) dalam (Tri Kumala Sari et al., 2020) yaitu menunjukkan gambaran bagaimana seseorang itu hidup seperti dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktunya. Gaya hidup mahasiswa STAI Al-Yasini antara lain bagaimana gaya hidup mahasiswa dalam membelanjakan uang dan mengalokasikan waktunya.

Adapun indikator gaya hidup yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (1) Membeli atau belanja, (2) Kegiatan yang dilakukan dalam mengisi waktu luang, (3) Minat.

### **4.4.2 Variabel Religiusitas**

Religiusitas menggambarkan hubungan antara individu dengan Tuhan Yang Maha Esa. Yakni mereka memiliki konsekuensi untuk mematuhi perintah dan menjauhi larangan-Nya. Religiusitas merupakan tingkat kelekatan individu yang meliputi kepercayaan, praktik dan nilai-nilai keagamaan yang dianutnya (Ismoyo et al., 2020). Dengan kata lain, religiusitas didefinisikan sebagai keyakinan dan pengabdian pribadi seseorang terhadap ajaran Tuhan-Nya. Oleh Karena religiusitas bersifat pribadi antara individu dan Tuhan-Nya maka religiusitas akan dapat memengaruhi hidup seseorang termasuk ketika orang tersebut berinteraksi dengan orang lainnya. Sehingga akan berdampak pada perilaku seseorang tersebut seperti konsumsi dan pemenuhan barang dan jasa yang dibutuhkannya.

Variabel religiusitas digunakan untuk mengetahui apakah religiusitas mahasiswa STAI Al-Yasini berpengaruh terhadap perilaku konsumsinya. Hal

ini didukung dengan lokasi STAI Al-Yasini yang berada di lingkungan Pondok Pesantren Terpadu Al-Yasini Pasuruan.

Adapun indikator religiusitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (1) Keyakinan, (2) Praktik agama, (3) Pengalaman, (4) Pengetahuan agama, (5) Pengamalan.

#### **4.4.3 Definisi Literasi Keuangan**

Menurut Raven (2005) dalam (Hidajat, 2016) literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengelola dan membuat keputusan keuangan berdasarkan informasi dan meminimalisir membuat kesalahan keuangan. Literasi keuangan menjadi kebutuhan dasar bagi seseorang guna terhindar dari masalah keuangan. Sejalan dengan hal tersebut Howell (1993) dalam (Amanita, 2017) literasi keuangan menjadi salah satu kemampuan paling dasar seseorang, Karena dari hari ke hari pilihan konsumen semakin beragam dan hal tersebut dapat mempengaruhi keuangan dan standar hidup seseorang.

Variabel literasi keuangan ( $X_3$ ) digunakan untuk mengetahui apakah literasi keuangan mahasiswa STAI Al-Yasini berpengaruh terhadap perilaku konsumsinya.

Adapun indikator literasi keuangan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (1) Pengetahuan dasar keuangan, (2) Pengelolaan tabungan dan investasi, (3) Perilaku keuangan.

#### **4.4.4 Definisi teman sebaya**

Hethering dan Parke dalam (Amilia et al., 2018) mendefinisikan teman sebaya dengan semua individu yang mempunyai kesamaan dalam sosial dan dicirikan memiliki tingkat usia yang sama. Nurita et. al (2017) dalam penelitian (Maipita & Hasri, 2019) menjelaskan bahwa teman sebaya merupakan kelompok yang memiliki tingkat kedewasaan, saling memberi pengaruh dan menerapkan dasar hidup bersama.

Adapun indikator teman sebaya yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (1) Support teman sebaya, (2) Interaksi dalam teman sebaya, (3) Teman sebaya sebagai teman belajar, (4) Teman sebaya memberikan pengaruh.

#### **4.4.5 Definisi Perilaku Konsumsi**

Perilaku konsumsi berkaitan dengan cara bagaimana konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Keinginan konsumen terhadap barang dan jasa cenderung tidak terbatas. Keinginan tersebut tidak akan terpenuhi sepanjang masa karena adanya keterbatasan pada diri konsumen tersebut (Masyhuri, 2022). Dalam perilaku konsumsi, keinginan lebih dikedepankan daripada kebutuhan (Pohan et al., 2022). Sehingga konsumen cenderung menggunakan uangnya untuk mengkonsumsi barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu konsumen hendaknya rasional dalam melakukan konsumsi.

Perilaku konsumsi sebagai variabel dependen yang dipengaruhi variabel gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya. Perilaku konsumsi mahasiswa meliputi pengeluaran untuk kebutuhan pokok dan

kebutuhan penunjang perkuliahan serta kebutuhan kitab bagi mahasiswa yang bermukim di pondok maupun pengeluaran lainnya.

**Tabel 4. 1 Definisi Operasional**

No.	Variabel	Indikator	Item	Sumber
1.	Perilaku konsumsi (Y)	1. Pemenuhan kebutuhan primer 2. Menerapkan prinsip ekonomi 3. Harga Produk 4. Motif konsumsi	1.1 Membeli laptop untuk kebutuhan kuliah 1.2 Membeli buku untuk kebutuhan kuliah 2.1 Membandingkan harga sebelum membeli 2.2 Memiliki skala prioritas kebutuhan 3.1 Membeli barang yang dapat dijangkau harganya 3.2 Membeli barang yang harganya terjangkau supaya hemat 4.1 Memberikan donasi atau bantuan 4.2 Memberikan sodaqoh	(Wahyudi dalam jurnal Juliani & Cerya, 2018), (Astuti et al, 2022)
2.	Gaya Hidup (X <sub>1</sub> )	1. Membeli atau belanja. 2. Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang 3. Minat	1.1 Belanja kebutuhan 1.2 Belanja selain kebutuhan 2.1 Belajar 2.2 Liburan 3.1 Melakukan hobi 3.2 Komunitas hobi	(Mowen dan Minor, 2002), (Sumarwan, 2014), (Peter dan Olson, 2002),
3.	Religiusitas (X <sub>2</sub> )	1. Keyakinan 2. Praktik Agama 3. Pengalaman 4. Pengetahuan Agama 5. Pengamalan	1.1 Keyakinan terhadap adanya Allah swt 1.2 keyakinan kepada para Nabi dan utusan Allah swt 2.1 Melakukan praktik ibadah sholat 2.2 Memberikan sedekah 3.1 Merasa dekat dengan Allah swt	(Garlok dan Stark dalam buku Ancok, et al, 2000), (Bawono, 2014)

			<p>3.2 pasrah diri kepada Allah swt</p> <p>4.1 pengetahuan dasar tentang agama</p> <p>4.2 pengetahuan tentang aturan agama</p> <p>5.1 akhlak kepada Allah</p> <p>5.2 akhlak kepada diri sendiri sesama manusia</p>	
4.	Literasi Keuangan (X <sub>3</sub> )	<p>1. Pengetahuan dasar keuangan</p> <p>2. Pengelolaan tabungan dan investasi</p> <p>1. Perilaku keuangan</p>	<p>1.1 Pengetahuan dasar keuangan</p> <p>1.2 Perencanaan keuangan</p> <p>2.1 Memiliki tabungan</p> <p>2.2 Memiliki investasi</p> <p>3.1 Berbelanja menggunakan uang tunai</p> <p>3.2 berbelanja menggunakan non-tunai</p>	(Oseifuah, 2010), (Chen dan Volpe dalam jurnal Latifiana, 2016)
5.	Teman Sebaya (X <sub>4</sub> )	<p>2. Support teman sebaya</p> <p>3. Interaksi dalam teman sebaya</p> <p>4. Teman sebaya sebagai teman belajar</p> <p>Teman sebaya memberikan pengaruh</p>	<p>1.1 Teman sebaya memberikan support dalam kegiatan perkuliahan</p> <p>1.2 Teman sebaya memberikan support di selain kegiatan perkuliahan</p> <p>2.1 Interaksi ketika di kelas</p> <p>2.2 Interaksi ketika di luar kelas</p> <p>3.1 Teman belajar ketika ada tugas kuliah</p> <p>3.2 Teman belajar ketika di luar kelas</p> <p>4.1 Teman sebaya memberi pengaruh dalam pembelian</p> <p>4.2 Teman sebaya memberi pengaruh untuk hemat</p>	(Khairinal et. al, 2020) (Umar dan Syaiful, 2020)

## 4.5 Skala Pengukuran

Dalam sebuah penelitian, teori dan konsep harus dihubungkan dengan realita. Oleh karena itu seorang peneliti harus memberikan angka pada suatu objek atau subjek penelitian. Menurut Sekaran (2003) dalam (Supriyanto, 2013) *scale* atau skala didefinisikan sebagai instrument untuk membedakan individu yang terkait dengan variabel dan minat yang kita teliti. Yang dimaksud dengan skala pengeukuran yaitu serangkaian aturan yang digunakan untuk mengkuantitatifkan data dari pengukuran suatu variabel (Supriyanto, 2013).

Adapun model skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Yang dimaksud dengan skala likert yaitu skala yang digunakann untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang tentang masalah atau gejala yang ada di masyarakat atau yang dialaminya (Hidayat, 2021). Terdapat dua bentuk pertanyaan dalam skala likert yaitu pertanyaan positif dan pertanyaan negatif. Tabel skor dalam skala likert yakni sebagai berikut:

**Tabel 4. 2 Pengukuran Skala Likert**

Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	ST	5

## 4.6 Pengumpulan Data

### 4.6.1 Sumber Data

Data dalam penelitian ini yaitu data yang bersumber dari data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari tanggapan responden dengan memberikan kuesioner yang berkaitan dengan pendapatan, gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan perilaku konsumsi kepada mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan

b. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari STAI Al-Yasini Pasuruan.

#### **4.6.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui kuesioner, wawancara dan observasi baik secara langsung maupun tidak langsung (Sumargo, 2020). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Kuesioner

Data dalam penelitian ini diperoleh menggunakan metode kuesioner dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

b. Wawancara

Proses wawancara dilakukan peneliti untuk memudahkan dalam mendapatkan informasi dari narasumber. Wawancara dalam penelitian ini meliputi jumlah mahasiswa, lokasi penelitian dan lainnya.

c. Dokumentasi

Data dalam penelitian ini yang diambil menggunakan dokumentasi yaitu jumlah seluruh mahasiswa setiap program studi.

## **4.7 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian yakni alat bantu yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan penelitian. Dalam penelitian ini instrument penelitiannya sebagai berikut:

### **4.7.1 Kuesioner**

Kuesioner dalam penelitian ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan diisi oleh responden berkaitan dengan informasi yang peneliti butuhkan.

### **4.7.2 Pedoman wawancara**

Berisi beberapa pertanyaan yang akan peneliti tujukan khusus untuk STAI Al-Yasini yang meliputi visi dan misi, kegiatan, jumlah mahasiswa, struktur organisai dan data lainnya yang peneliti butuhkan.

## **4.8 Teknik Analisis Data**

Berdasarkan konsep dan hipotesis penelitian, peneliti akan menganalisis data dengan menggunakan teknik analisis data yang berupa *Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS)*. Peneliti akan menggunakan PLS dengan pertimbangan bahwa PLS menurut Ghozali dalam (Supriyanto, 2013) selain bisa digunakan untuk konfirmatori teori juga bisa digunakan untuk mencari hubungan yang belum ada landasan teorinya dalam pengujian proposisi.

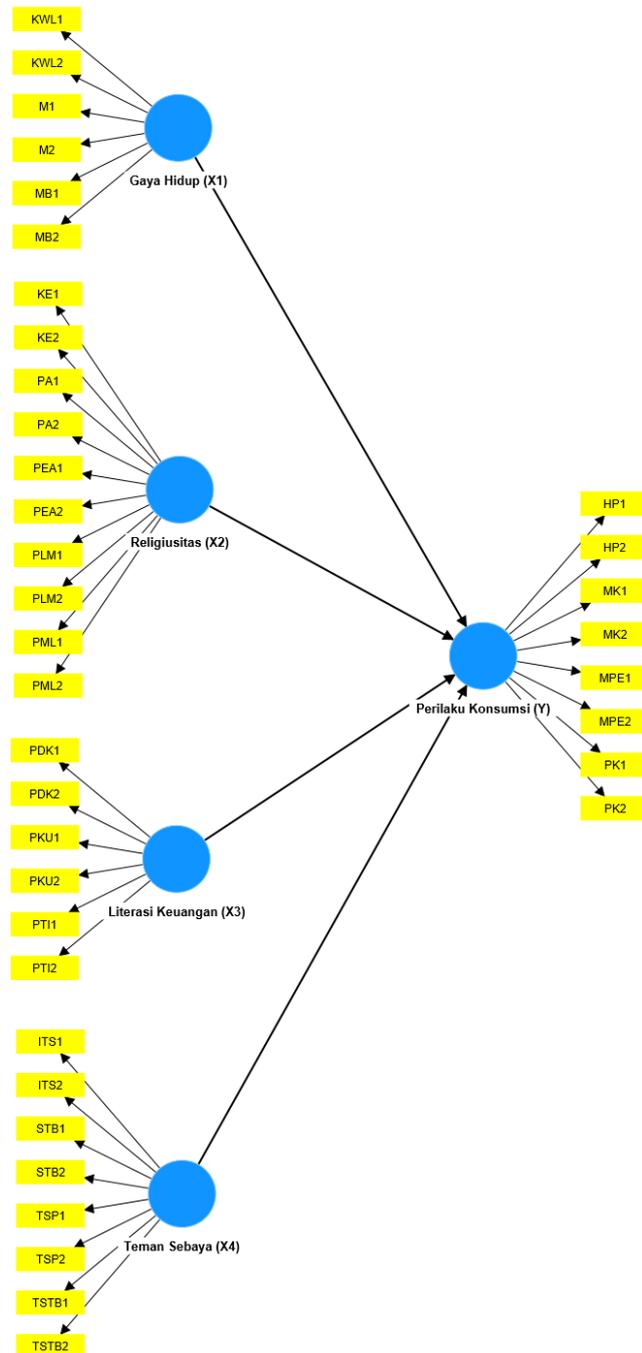
### **4.8.1 Analisis Konfirmatori**

Dalam penelitian ini akan digunakan digunakan metode CFA atau *Confirmatory Factor Analysis* sehingga dapat menguji validitas konstruk dari sebuah alat atau tes psikologi (Umar & Nisa, 2020). Analisis konfirmatori yaitu menguji validitas dan reabilitas instrumen pengumpul data (Supriyanto, 2013). Analisis faktor menurut Kerlinger (2004) memiliki

fungsi untuk pengiritan upaya ilmiah, seperti mengurangi kelipatgandaan pengukuran dan tes sehingga jauh lebih sederhana (Firdaos, 2016).

Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang signifikan. Setelah diketahui faktor-faktor yang mencerminkan perilaku konsumsi mahasiswa Adapun model analisis konfirmatori dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Gambar 4. 1 Model Analisis Konfirmatori**



*Sumber : Data diolah peneliti, 2023*

#### 4.9 Model Pengukuran atau *Outer Model*

*Outer model* yaitu uraian hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. Rangkaian uji dalam *outer model* yaitu :

### a. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur sebuah konsep dan valid tidaknya suatu item pertanyaan (Ramdhani et al., 2022). Uji validitas dimaksudkan guna mengukur kecermatan sutau uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang dipakai benar-benar dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan yang digunakan dalam penelitian.

Adapun dalam program *SmartPLS*, indikator reflektif masing-masing variabel diukur dengan:

- a) *Convergent Validity*, yaitu hubungan antara skor indikator reflektif dengan skor variabel latennya dengan *loading factor*  $> 0.7$  yang akan dianggap memiliki korelasi yang tinggi.
- b) Uji validitas diukur dengan meguji hubungan antar variabel yaitu dengan melihat nilai AVE (*Average Variance Extracted*) dengan nilai AVE  $> 0.5$ . Instrumen penelitian dikatakan valid jika koefisiennya bernilai  $> 0.3$  dengan  $\alpha = 0.05$  (Supriyanto, 2013).
- c) *Discriminant Validity*, yaitu indikator reflektif yang akan diukur berdasarkan *cross loading* dengan variabel latennya yakni dengan nilai *discriminant validity* harus lebih besar  $> 0.7$ .

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur stabilitas dan konsisten dari suatu statement suatu konsep. Apabila variabel dapat memberikan hasil yang tetap meskipun dilakukan oleh siapa saja dan kapan saja, maka variabel tersebut dikatakan realibel atau dapat diandalkan (Supriyanto, 2013).

Instrumen yang memenuhi syarat kredibilitas, berarti instrumen tersebut menghasilkan ukuran yang konsisten walaupun dilakukan pengukuran berkali-kali. Adapun *composite reliability*, yaitu kelompok indikator pengukur variabel yang memiliki reliabilitas komposit lebih dari sama dengan 0.7. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika koefisiennya bernilai  $> 0.6$  (Supriyanto, 2013).

#### 4.10 Model Struktural atau *Inner Model*

*Inner model* yaitu hubungan antar variabel struktural atau variabel laten yang mana menggambarkan hubungan antar variabel yang berdasarkan teori substansif penelitian. *Inner Model* diukur untuk melihat nilai R-Square  $> 0.5$ . Adapun rumus perhitungan nilai R-Square yaitu:

$$R^2 = 1 - (1-R_1^2) (1-R_2^2) \dots (1-R_p^2)$$

Dimana nilai  $R_1^2 \dots R_p^2$  yaitu R-Square variabel endogen dalam model persamaan.

#### 4.11 Pengujian Hipotesis

Adapun pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu  $\beta$ ,  $\gamma$ , dan  $\lambda$  yang akan dilakukan dengan metode *resampling Bootstrap* yang dikembangkan oleh Stone dan Geisser.

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Gambaran Umum Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Yasini Pasuruan

Salah satu Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Pasuruan tepatnya berlokasi di Kecamatan Kraton yaitu Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Yasini Pasuruan. Perguruan Tinggi ini memiliki visi misi yaitu “*STAI Al-Yasini Pasuruan Sekolah Tinggi Berbasis Pesantren*” (Pasuruan, 2023). Dari visi misi tersebut dapat diketahui bahwa STAI Al-Yasini Pasuruan adalah perguruan tinggi berbasis pesantren yakni berada di lingkungan Pondok Pesantren Terpadu Al-Yasini. Dari sejarah singkat pendiriannya, STAI Al-Yasini Pasuruan didirikan karena adanya ketimpangan yang signifikan antara tenaga kependidikan yang memiliki kualifikasi (memiliki ijazah sarjana) yang menjadi tenaga di lembaga-lembaga pendidikan di Al-Yasini. Dan didukung tingkat kesadaran masyarakat serta kecenderungan alumni yang ingin melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi. Oleh karena itu, dan adanya keinginan luhur dan tanggung jawab moral dari pengurus Pondok Pesantren Terpadu Al-Yasini didirikannya perguruan tinggi di bawah naungan Pondok Pesantren Terpadu Al-Yasini dengan nama Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Yasini atau biasa dikenal dengan STAI Al-Yasini.

Adapun program studi yang terdapat di STAI Al-Yasini pada tabel berikut:

**Tabel 5. 1 Program Studi di STAI Al-Yasini**

No.	Program Studi	Singkatan
1.	Hukum Ekonomi Syariah	HES
2.	Manajemen Pendidikan Islam	MPI
3.	Pendidikan Bahasa Arab	PBA

Adapun jumlah mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan terdapat pada Lampiran 1 dan gedung STAI Al-Yasini yakni sebagai berikut: (Pasuruan, 2023)

**Gambar 5. 1 Gedung STAI Al-Yasini**

## 5.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, karakteristik responden meliputi Program Studi, Usia, Semester dan Jenis Kelamin. Responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 208, hasil analisis karakteristik responden dapat dilihat pada tabel Lampiran 2.

Responden berdasarkan Program Studi dijelaskan pada tabel berikut ini :

**Tabel 5. 2 Responden Berdasarkan Program Studi**

Program Studi	Frekuensi	Persentase (%)
Hukum Ekonomi Syariah	71	34.0
Manajemen Pendidikan Islam	77	37.0
Pendidikan Bahasa Arab	60	29.0
<b>Total</b>	<b>208</b>	<b>100.0</b>

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 2)

Dari tabel 5.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden penelitian ini dari program studi Manajemen Pendidikan Islam yaitu sebanyak 77 mahasiswa atau 37%, kemudian sebanyak 71 mahasiswa atau 34% dari program studi Hukum Ekonomi Syariah dan sisanya sebanyak 60 mahasiswa atau 29% dari program studi Pendidikan Bahasa Arab. Secara keseluruhan program studi Manajemen Pendidikan Islam memiliki jumlah mahasiswa terbanyak di STAI Al-Yasini Pasuruan.

Responden penelitian berdasarkan Usia dijelaskan pada tabel berikut ini :

**Tabel 5. 3 Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17-20 tahun	121	58.0
21-24 tahun	81	39.0
>25 tahun	6	3.0
<b>Total</b>	<b>208</b>	<b>100.0</b>

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 2)

Dari tabel 5.3 dapat dilihat mayoritas responden penelitian ini berusia antara 17-20 tahun yakni sebanyak 121 mahasiswa atau 58%, yang berusia 21-24 tahun sebanyak 81 mahasiswa atau 39%, dan sisanya sebanyak 6 mahasiswa atau 3% responden yang berusia 25 tahun atau lebih.

Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan rata-rata berusia pada tingkatan remaja dan usia produktif. Berdasarkan Kementerian Kesehatan, tingkatan usia manusia terbagi menjadi enam tingkatan (Indonesia, 2023), sebagai berikut:

**Tabel 5. 4 Tingkatan Usia Manusia**

Tingkatan	Usia
Bayi dan balita	< 5 tahun
Anak-anak	5-9 tahun
remaja	10-19 tahun
Usia produktif	20-59
Lansia	60+ tahun

Sumber : Kementerian Kesehatan RI 2023

Responden berdasarkan Semester dijelaskan pada tabel berikut ini :

**Tabel 5. 5 Responden Berdasarkan Semester**

<b>Semester</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	59	28.0
3	49	23.0
5	63	30.0
7	41	19.0
<b>Total</b>	<b>208</b>	<b>100.0</b>

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 2)

Dari tabel 5.5 dapat dilihat mayoritas responden penelitian ini sedang menempuh pendidikan di semester 5 yakni sebanyak 63 mahasiswa atau 30%, yang berada di semester 1 sebanyak 59 mahasiswa atau 28%, berada di semester 3 sebanyak 49 mahasiswa atau 23% dan sisanya mahasiswa semester 7 yakni sebanyak 41 mahasiswa atau 19%. Hal ini mengindikasikan bahwa responden dalam penelitian ini yaitu mayoritas mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan tinggi pada semester 5 atau mahasiswa tahun angkatan 2021.

Responden berdasarkan Jenis Kelamin dijelaskan pada tabel berikut ini :

**Tabel 5. 6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	102	49.0
Perempuan	106	51.0
<b>Total</b>	<b>208</b>	<b>100.0</b>

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 2)

Dari tabel 5.6 dapat dilihat mayoritas responden penelitian ini berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 106 mahasiswa atau 51% dan sisanya berjenis kelamin laki-laki sebanyak 102 atau 49%. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa yang menempuh pendidikan tinggi di STAI Al-Yasini Pasuruan adalah perempuan atau mahasantri putri.

### 5.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian adalah bagian dari analisis statistik deskriptif yang digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden terhadap kuesioner yang disebar dan menggambarkan secara mendalam variabel Gaya Hidup (X1), Religiusitas (X2), Literasi Keuangan (X3), Teman Sebaya (X4) dan Perilaku Konsumsi (Y). Distribusi frekuensi tersebut diperoleh dari hasil skor jawaban yang diberikan responden. Dimana definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 5. 7 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Item
Gaya Hidup (X1)	Membeli atau belanja.	MB1
		MB2
	Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang	KWL1
		KW.2
	Minat	M1
M2		
Religiusitas (X2)	Keyakinan	KE1
		KE2
	Praktik Agama	PA1
		PA2
	Pengalaman	PLM1
		PLM2
	Pengetahuan Agama	PEA1
		PEA2
	Pengamalan	PML1
		PML2
Literasi Keuangan (X3)	Pengetahuan dasar keuangan	PDK1
		PDK2
	Pengelolaan tabungan dan investasi	PTI1
		PTI2
	Perilaku keuangan	PKU1
PKU2		
Support teman sebaya	STB1	
	STB2	

Teman Sebaya (X4)	Interaksi dalam teman sebaya	ITS1
		ITS2
	Teman sebaya sebagai teman belajar	TSTB1
		TSTB2
	Teman sebaya memberikan pengaruh	TSP1
		TSP2
Perilaku Konsumsi (Y)	Pemenuhan kebutuhan	PK1
		PK2
	Menerapkan prinsip ekonomi	MPE1
		MPE2
	Harga Produk	HP1
		HP2
	Motif konsumsi	MK1
		MK2

Dari Tabel 5.7 dapat diketahui bahwa penelitian ini menggunakan empat variabel independen yakni Gaya Hidup (X1), Religiusitas (X2), Literasi Keuangan (X3), Teman Sebaya (X1) dan satu variabel dependen yakni Perilaku Konsumsi (Y). Setiap variabel terdapat indikatornya masing-masing dan setiap indikator terdapat item-item pernyataan. Dalam penelitian ini masing-masing indikator memiliki dua item pernyataan.

Adapun kriteria interpretasi skor yang digunakan dalam penelitian ini yakni

No.	Nilai rata-rata skor	Kriteria
1	1.00 – 1.80	Sangat tidak setuju / sangat rendah
2	1.81 – 2.60	Tidak setuju / rendah
3	2.61 – 3.40	Ragu-ragu / cukup tinggi
4	3.41 – 4.20	Setuju / tinggi
5	4.21 – 5.00	Sangat setuju / sangat tinggi

### 5.3.1 Variabel Gaya Hidup (X1)

Dalam penelitian ini, gaya hidup dibentuk oleh 3 indikator yang kemudian oleh peneliti membuat 2 item pada setiap indikator yaitu (1) belanja kebutuhan

(X1.1), (2) belanja selain kebutuhan (X1.2), (3) belajar (X1.3), (4) liburan (X1.4), (5) melakukan hobi (X1.5), (6) komunitas hobi (X1.6).

Item-item dari indikator pada penelitian ini dilakukan pengukuran secara kuantitatif, yakni dengan memberikan skor terhadap persepsi responden tentang berbagai kemampuan yang berhubungan dengan aspek yang ditunjukkan oleh masing-masing item. Persepsi responden terhadap variabel gaya hidup secara keseluruhan disajikan pada Tabel 5.8 berikut :

**Tabel 5. 8 Deskripsi Variabel Gaya Hidup (X1)**

indikator	Jawaban Responden										Rata-rata skor
	STS		TS		N		S		SS		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
MB1	2	<b>1,0</b>	10	<b>4,81</b>	50	<b>24</b>	91	<b>43,8</b>	55	<b>26,4</b>	<b>3,9</b>
MB2	3	<b>1,4</b>	26	<b>12,5</b>	73	<b>35,1</b>	72	<b>34,6</b>	34	<b>16,3</b>	<b>3,52</b>
KWL1	2	<b>1,0</b>	17	<b>8,17</b>	90	<b>43,3</b>	66	<b>31,7</b>	33	<b>15,9</b>	<b>3,53</b>
KWL2	5	<b>2,4</b>	26	<b>12,5</b>	77	<b>37</b>	70	<b>33,7</b>	30	<b>14,4</b>	<b>3,45</b>
M1	2	<b>1,0</b>	16	<b>7,69</b>	70	<b>33,7</b>	92	<b>44,2</b>	28	<b>13,5</b>	<b>3,62</b>
M2	3	<b>1,4</b>	26	<b>12,5</b>	74	<b>35,6</b>	62	<b>29,8</b>	43	<b>20,7</b>	<b>3,56</b>
Variabel Gaya Hidup											<b>3,6</b>

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 3)

Dari Tabel 5.8 dapat diketahui dari 208 responden yang diteliti, terlihat bahwa variabel gaya hidup (X1) dipersepsikan baik oleh responden. Hal ini dapat dilihat dari nilai skor rata-rata sebesar 3,6 yang terletak antara skor 4 atau Setuju = S. Demikian mayoritas responden menjawab setuju pada seluruh indikator pada variabel gaya hidup (X1). Hal ini menggambarkan suatu kondisi dimana mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan memiliki gaya hidup yang baik.

### 5.3.2 Variabel Religiusitas (X2)

Dalam penelitian ini, gaya hidup dibentuk oleh 5 indikator yang kemudian oleh peneliti membuat 2 item pada setiap indikator yaitu (1) Keyakinan terhadap Allah SWT (X2.1), (2) keyakinan kepada Nabi dan utusan (X2.2), (3) Melakukan praktik ibadah (X2.3), (4) Sedekah (X2.4), (5) merasa dekat dengan Allah SWT (X2.5), (6) pasrah diri kepada Allah SWT (X2.6), (7) pengetahuan dasar tentang agama (X2.7), (8) pengetahuan tentang aturan agama (X2.8), (9) hubungan individu dengan Allah SWT (X2.9), (10) hubungan individu dengan sesama manusia (X2.10).

Item-item dari indikator pada penelitian ini dilakukan pengukuran secara kuantitatif, yakni dengan memberikan skor terhadap persepsi responden tentang berbagai kemampuan yang berhubungan dengan aspek yang ditunjukkan oleh masing-masing item. Persepsi responden terhadap variabel gaya hidup secara keseluruhan disajikan pada Tabel 5.9 berikut :

**Tabel 5.9 Deskripsi Variabel Religiusitas (X2)**

indikator	Jawaban Responden										Rata-rata skor
	STS		TS		N		S		SS		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
KE1	0	<b>0,0</b>	6	<b>2,88</b>	9	<b>4,33</b>	26	<b>12,5</b>	167	<b>80,3</b>	<b>4,7</b>
KE2	0	<b>0,0</b>	2	<b>0,96</b>	6	<b>2,88</b>	38	<b>18,3</b>	162	<b>77,9</b>	<b>4,73</b>
PA1	0	<b>0,0</b>	3	<b>1,44</b>	10	<b>4,81</b>	29	<b>13,9</b>	166	<b>79,8</b>	<b>4,72</b>
PA2	0	<b>0,0</b>	1	<b>0,48</b>	66	<b>31,7</b>	89	<b>42,8</b>	52	<b>25</b>	<b>3,92</b>
PLM1	1	<b>0,5</b>	3	<b>1,44</b>	41	<b>19,7</b>	108	<b>51,9</b>	55	<b>26,4</b>	<b>4,02</b>
PLM2	0	<b>0,0</b>	1	<b>0,48</b>	24	<b>11,5</b>	108	<b>51,9</b>	75	<b>36,1</b>	<b>4,24</b>
PEA1	1	<b>0,5</b>	1	<b>0,48</b>	12	<b>5,77</b>	56	<b>26,9</b>	138	<b>66,3</b>	<b>4,58</b>
PEA2	1	<b>0,5</b>	4	<b>1,92</b>	11	<b>5,29</b>	90	<b>43,3</b>	102	<b>49</b>	<b>4,38</b>
PML1	0	<b>0,0</b>	3	<b>1,44</b>	39	<b>18,8</b>	96	<b>46,2</b>	70	<b>33,7</b>	<b>4,12</b>
PML2	0	<b>0,0</b>	4	<b>1,92</b>	40	<b>19,2</b>	92	<b>44,2</b>	72	<b>34,6</b>	<b>4,12</b>
Varibel Religiusitas (X2)											<b>4,35</b>

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 3)

Dari Tabel 5.9 dapat diketahui dari 208 responden yang diteliti, terlihat bahwa variabel religiusitas (X2) dipersepsikan baik oleh responden. Hal ini dapat dilihat dari nilai skor rata-rata sebesar 4,3 yang terletak antara skor 5 atau Sangat Setuju = SS. Demikian mayoritas responden menjawab sangat setuju pada seluruh indikator pada variabel religiusitas (X2). Hal ini menggambarkan suatu kondisi dimana mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan memiliki tingkat religiusitas yang sangat baik.

### 5.3.1 Variabel Literasi Keuangan (X3)

Dalam penelitian ini, gaya hidup dibentuk oleh 3 indikator yang kemudian oleh peneliti dijadikan 2 item pada setiap indikator yaitu (1) pengetahuan keuangan (X3.1), (2) perencanaan keuangan (X3.2), (3) tabungan (X3.3), (4) investasi (X3.4), (5) penggunaan uang tunai (X3.5), (6) penggunaan uang non tunai (X3.6).

Item-item dari indikator pada penelitian ini dilakukan pengukuran secara kuantitatif, yakni dengan memberikan skor terhadap persepsi responden tentang berbagai kemampuan yang berhubungan dengan aspek yang ditunjukkan oleh masing-masing item. Persepsi responden terhadap variabel religiusitas secara keseluruhan disajikan pada Tabel 5.10 berikut :

**Tabel 5. 10 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X3)**

indikator	Jawaban Responden										Rata-rata skor
	STS		TS		N		S		SS		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
PDK1	4	1,9	15	7,21	92	44,2	81	38,9	16	7,69	3,43
PDK2	0	0,0	12	5,77	77	37	90	43,3	29	13,9	3,65
PTI1	2	1,0	13	6,25	57	27,4	83	39,9	53	25,5	3,83
PTI2	7	3,4	42	20,2	56	26,9	65	31,3	38	18,3	3,41
PKU1	4	1,9	19	9,13	69	33,2	79	38	37	17,8	3,61

PKU2	6	2,9	31	14,9	77	37	62	29,8	32	15,4	3,4
	Variabel Literasi Keuangan (X3)										3,55

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 3)

Dari Tabel 5.10 dapat diketahui dari 208 responden yang diteliti, terlihat bahwa variabel literasi keuangan (X3) dipersepsikan baik oleh responden. Hal ini dapat dilihat dari nilai skor rata-rata sebesar 3,6 yang terletak antara skor 4 atau Setuju = S. Demikian mayoritas responden menjawab setuju pada seluruh indikator pada variabel literasi keuangan (X3). Hal ini menggambarkan suatu kondisi dimana mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan memiliki literasi keuangan yang baik.

### 5.3.2 Variabel Teman Sebaya (X4)

Dalam penelitian ini, gaya hidup dibentuk oleh 4 indikator yang kemudian oleh peneliti dijadikan 2 item pada setiap indikator yaitu (1) support teman sebaya dalam perkuliahan (X4.1), (2) support teman sebaya dalam selain perkuliahan (X4.2), (3) interaksi di kelas (X4.3), (4) interaksi di luar kelas (X4.4), (5) teman belajar kuliah (X4.5), (6) teman belajar selain kuliah (X4.6) (7) teman sebaya memberi pengaruh dalam pembelian (X4.7), (8) teman sebaya memberi pengaruh untuk berhemat (X4.8).

Item-item dari indikator pada penelitian ini dilakukan pengukuran secara kuantitatif, yakni dengan memberikan skor terhadap persepsi responden tentang berbagai kemampuan yang berhubungan dengan aspek yang ditunjukkan oleh masing-masing item. Persepsi responden terhadap variabel gaya hidup secara keseluruhan disajikan pada Tabel 5.11 berikut :

**Tabel 5. 11 Deskripsi Variabel Teman Sebaya (X4)**

indikator	Jawaban Responden										Rata-rata skor
	STS		TS		N		S		SS		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
STB1	0	<b>0,0</b>	9	<b>4,33</b>	56	<b>26,9</b>	88	<b>42,3</b>	55	<b>26,4</b>	<b>3,91</b>
STB2	0	<b>0,0</b>	8	<b>3,85</b>	55	<b>26,4</b>	95	<b>45,7</b>	50	<b>24</b>	<b>3,9</b>
ITS1	0	<b>0,0</b>	5	<b>2,4</b>	53	<b>25,5</b>	103	<b>49,5</b>	47	<b>22,6</b>	<b>3,92</b>
ITS2	0	<b>0,0</b>	8	<b>3,85</b>	54	<b>26</b>	92	<b>44,2</b>	54	<b>26</b>	<b>3,92</b>
TSTB1	2	<b>1,0</b>	9	<b>4,33</b>	69	<b>33,2</b>	90	<b>43,3</b>	38	<b>18,3</b>	<b>3,74</b>
TSTB2	9	<b>4,3</b>	20	<b>9,62</b>	80	<b>38,5</b>	76	<b>36,5</b>	23	<b>11,1</b>	<b>3,4</b>
TSP1	7	<b>3,4</b>	44	<b>21,2</b>	81	<b>38,9</b>	54	<b>26</b>	22	<b>10,6</b>	<b>3,19</b>
TSP2	9	<b>4,3</b>	21	<b>10,1</b>	77	<b>37</b>	67	<b>32,2</b>	34	<b>16,3</b>	<b>3,46</b>
Varibel Teman Sebaya (X4)											<b>3,68</b>

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 3)

Dari Tabel 5.11 dapat diketahui dari 208 responden yang diteliti, terlihat bahwa variabel teman sebaya (X4) dipersepsikan baik oleh responden. Hal ini dapat dilihat dari nilai skor rata-rata sebesar 3,7 yang terletak antara skor 4 atau Setuju = S. Demikian mayoritas responden menjawab setuju pada seluruh indikator pada variabel teman sebaya (X4). Hal ini menggambarkan suatu kondisi dimana mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan memiliki lingkungan teman sebaya yang baik.

### 5.3.3 Variabel Perilaku Konsumsi (Y)

Dalam penelitian ini, perilaku konsumsi dibentuk oleh 4 indikator yang kemudian peneliti membuat 2 item pada setiap indikator yaitu (1) membeli laptop untuk kebutuhan kuliah (Y.1), (2) membeli buku untuk kebutuhan kuliah (Y.2), (3) membandingkan harga sebelum membeli (Y.3), (4) memiliki skala prioritas kebutuhan (Y.4), (5) membeli barang yang dapat dijangkau harganya (Y.5), (6) membeli barang yang harganya terjangkau dengan alasan

berhemat (Y.6) (7) memberikan donasi atau bantuan (Y.7), dan (8) memberikan shodaqoh (Y.8).

Item-item dari indikator pada penelitian ini dilakukan pengukuran secara kuantitatif, yakni dengan memberikan skor terhadap persepsi responden tentang berbagai kemampuan yang berhubungan dengan aspek yang ditunjukkan oleh masing-masing item. Persepsi responden terhadap variabel perilaku konsumsi secara keseluruhan disajikan pada Tabel 5.12 berikut :

**Tabel 5. 12 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumsi (Y)**

indikator	Jawaban Responden										Rata-rata skor
	STS		TS		N		S		SS		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
PK1	4	<b>1,9</b>	16	<b>7,69</b>	44	<b>21,2</b>	88	<b>42,3</b>	56	<b>26,9</b>	<b>3,85</b>
PK2	1	<b>0,5</b>	9	<b>4,33</b>	56	<b>26,9</b>	90	<b>43,3</b>	52	<b>25</b>	<b>3,88</b>
MPE1	6	<b>2,9</b>	15	<b>7,21</b>	47	<b>22,6</b>	80	<b>38,5</b>	60	<b>28,8</b>	<b>3,83</b>
MPE2	0	<b>0,0</b>	8	<b>3,85</b>	77	<b>37</b>	86	<b>41,3</b>	37	<b>17,8</b>	<b>3,73</b>
HP1	2	<b>1,0</b>	7	<b>3,37</b>	53	<b>25,5</b>	86	<b>41,3</b>	60	<b>28,8</b>	<b>3,94</b>
HP2	2	<b>1,0</b>	5	<b>2,4</b>	72	<b>34,6</b>	72	<b>34,6</b>	57	<b>27,4</b>	<b>3,85</b>
MK1	0	<b>0,0</b>	15	<b>7,21</b>	69	<b>33,2</b>	78	<b>37,5</b>	46	<b>22,1</b>	<b>3,75</b>
MK2	0	<b>0,0</b>	14	<b>6,73</b>	55	<b>26,4</b>	88	<b>42,3</b>	51	<b>24,5</b>	<b>3,85</b>
Variabel Perilaku Konsumsi (Y)											<b>3,83</b>

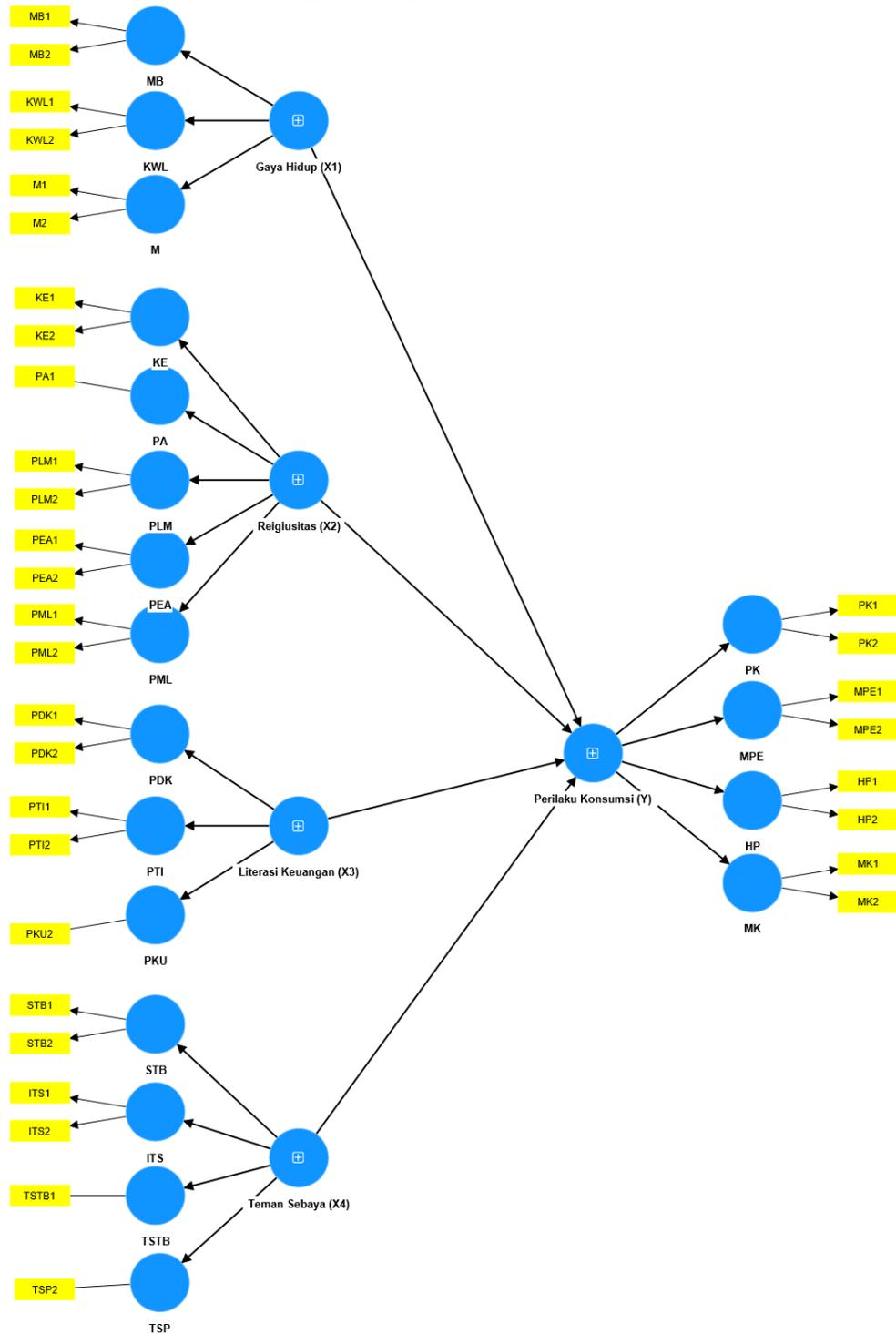
Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 3)

Dari Tabel 5.12 dapat diketahui dari 208 responden yang diteliti, terlihat bahwa variabel perilaku konsumsi (Y) dipersepsikan baik oleh responden. Hal ini dapat dilihat dari nilai skor rata-rata sebesar 3,83 yang terletak antara skor 4 atau Setuju = S. Demikian mayoritas responden menjawab setuju pada seluruh indikator pada variabel perilaku konsumsi (Y). Hal ini menggambarkan suatu kondisi dimana mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan memiliki perilaku konsumsi yang baik.

#### **5.4 Hasil Pengujian Model Pengukuran Model (*Outer Model*)**

Pengujian *outer model* dilakukan untuk menguraikan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. Dalam penelitian ini, peneliti menguji *outer model* melalui *second order*. Adapun model pengukuran model atau *outer model* dalam penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 5.2 Outer Model



Dapat diketahui dari Gambar 5.3 merupakan *outer model* dalam penelitian ini dengan pengujian *second order*. Berikut disajikan hasil pengujian *outer model*.

Nilai *loading factor* menunjukkan bobot dari masing-masing item sebagai pengukur dari indikator pada setiap variabel.

#### 5.4.1 Gaya Hidup (X1)

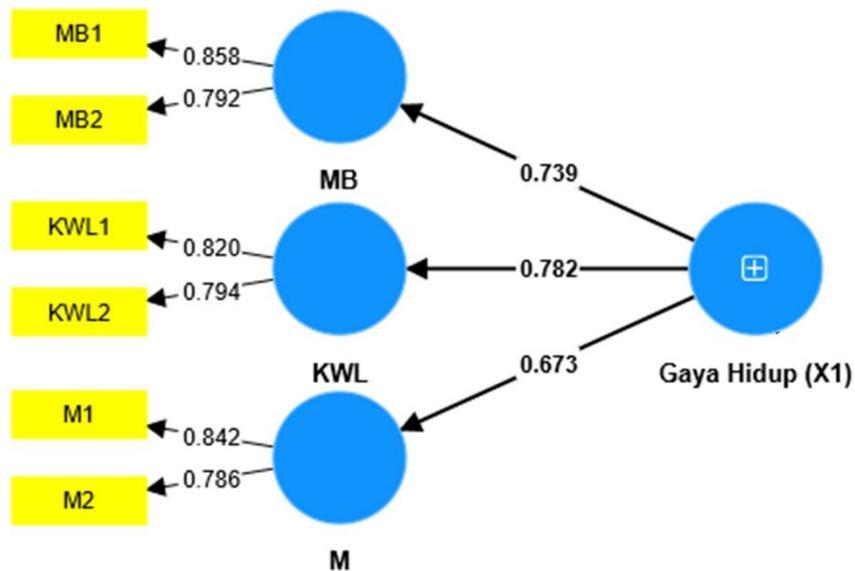
Variabel gaya hidup diukur dengan indikator reflektif. Hasil *loading factor* item-item dari indikator variabel gaya hidup dapat dilihat pada Tabel 5.13 berikut :

**Tabel 5. 13 Loading Factor Variabel Gaya Hidup**

Indikator	Item	Loading Factor
MB	MB1	<b>0.858</b>
	MB2	0.792
KWL	KWL1	0.820
	KWL2	0.794
M	M1	0.842
	M2	0.786

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 4)

**Gambar 5. 3 Measurement Model Indikator dari Variabel Gaya Hidup**



Indikator variabel gaya hidup dibentuk dari tiga indikator yaitu membeli atau belanja, kegiatan mengisi waktu luang dan minat. Masing-masing

indikator dibentuk oleh dua item. Temuan hasil analisis menunjukkan bahwa enam item dari tiga indikator tersebut signifikan membentuk gaya hidup. Dari Tabel 5.13 dan Gambar 5.4 dapat diketahui bahwa tiga item dari tiga indikator menunjukkan nilai *loading factor* > 0.7. Sehingga dapat diketahui keenam dari tiga indikator tersebut dapat merefleksikan variabel gaya hidup. Dari nilai *loading factor* tertinggi yaitu diperoleh item MB1 (0.858). Hal ini menunjukkan bahwa item pada indikator minat atau belanja menjadi penentu utama pada variabel gaya hidup mahasiswa.

#### 5.4.2 Religiusitas (X2)

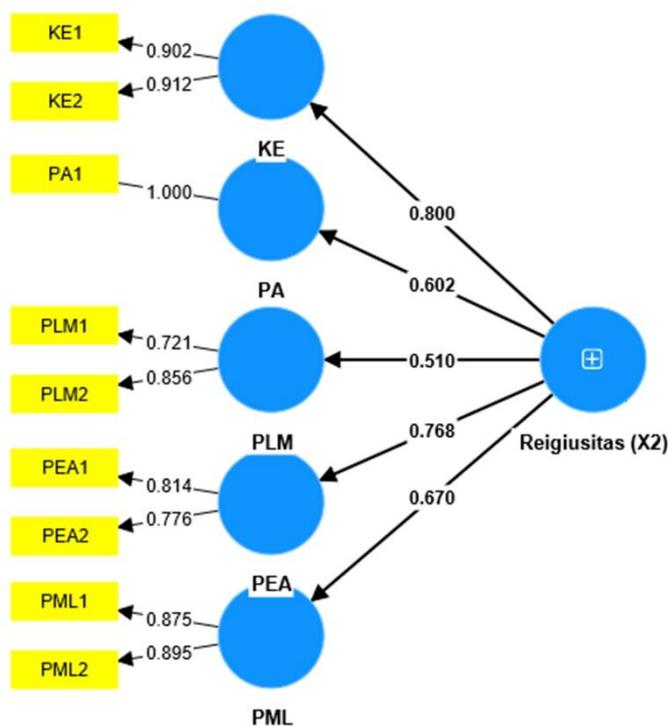
Variabel religiusitas diukur dengan indikator reflektif. Hasil *loading factor* item-item dari indikator variabel religiusitas dapat dilihat pada Tabel 5.14 berikut :

**Tabel 5. 14 Loading Factor Variabel Religiusitas**

<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b>Loading Factor</b>
KE	KE1	0.902
	KE2	0.912
PA	<b>PA1</b>	<b>1.000</b>
PLM	PLM1	0.721
	PLM2	0.856
PEA	PEA1	0.814
	PEA2	0.776
PML	PML1	0.875
	PML2	0.895

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 4)

**Gambar 5. 4** *Measurement Model Indikator dari Variabel Religiusitas*



Indikator variabel religiusitas dibentuk dari lima indikator yaitu . keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama dan pengamalan. Masing-masing indikator dibentuk oleh dua item. Temuan hasil analisis menunjukkan bahwa kesepuluh item dari lima indikator tersebut, Sembilan item yang signifikan membentuk religiusitas. Dari Tabel 5.14 dan Gambar 5.5 dapat diketahui bahwa kesembilan item dari lima indikator menunjukkan nilai *loading factor* > 0.7. Sehingga dapat diketahui sembilan item dari lima indikator tersebut dapat merefleksikan variabel religiusitas. Dari nilai *loading factor* tertinggi yaitu diperoleh item PA1 (1.000). Hal ini berarti yang paling utama merefleksikan indikator pada variabel religiusitas yang ditandai dengan baiknya praktik mahasiswa yang menunjukkan baiknya religiusitas seseorang.

### 5.4.3 Literasi Keuangan (X3)

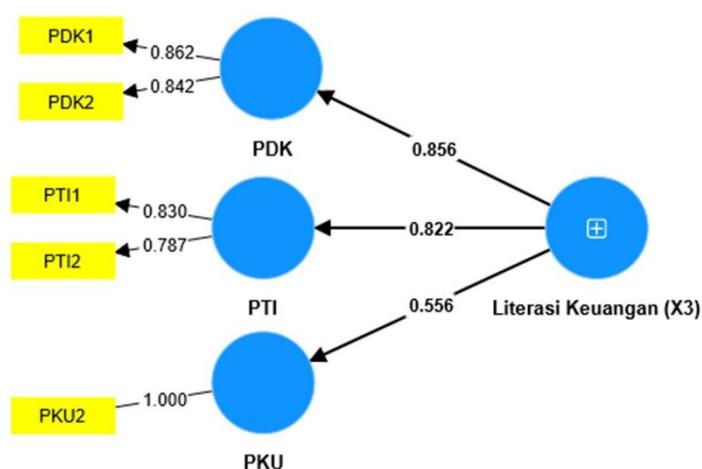
Variabel literasi keuangan diukur dengan indikator reflektif. Hasil *loading factor* item-item dari indikator variabel literasi keuangan dapat dilihat pada Tabel 5.15 berikut :

**Tabel 5. 15 Loading Factor Variabel Literasi Keuangan**

Indikator	Item	Loading Factor
PDK	PDK1	0.862
	PDK2	0.842
PTI	PTI1	0.830
	PTI2	0.787
PKU	<b>PKU2</b>	<b>1,000</b>

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 4)

**Gambar 5. 5 Measurement Model Indikator dari Variabel Literasi Keuangan**



Indikator variabel literasi keuangan dibentuk dari tiga indikator yaitu pengetahuan dasar keuangan, pengelolaan tabungan dan investasi, serta perilaku keuangan. Masing-masing indikator dibentuk oleh dua item. Temuan hasil analisis menunjukkan bahwa dari enam item pada tiga indikator tersebut, lima item yang signifikan membentuk literasi keuangan. Dari Tabel 5.15 dan Gambar 5.6 dapat diketahui bahwa lima item dari tiga indikator menunjukkan

nilai *loading factor* > 0.7. Sehingga dapat diketahui lima item dari tiga indikator tersebut dapat merefleksikan variabel literasi keuangan. Dari nilai *loading factor* tertinggi yaitu diperoleh item PKU2 (1.000), hal ini berarti yang paling utama merefleksikan indikator pada variabel literasi keuangan yang ditandai dengan baiknya perilaku keuangan mahasiswa. Hal ini sejalan dengan kondisi dilapangan yakni adanya *e-wallet* yang dimiliki mahasiswa STAI Al-Yasini.

#### 5.4.4 Teman Sebaya (X4)

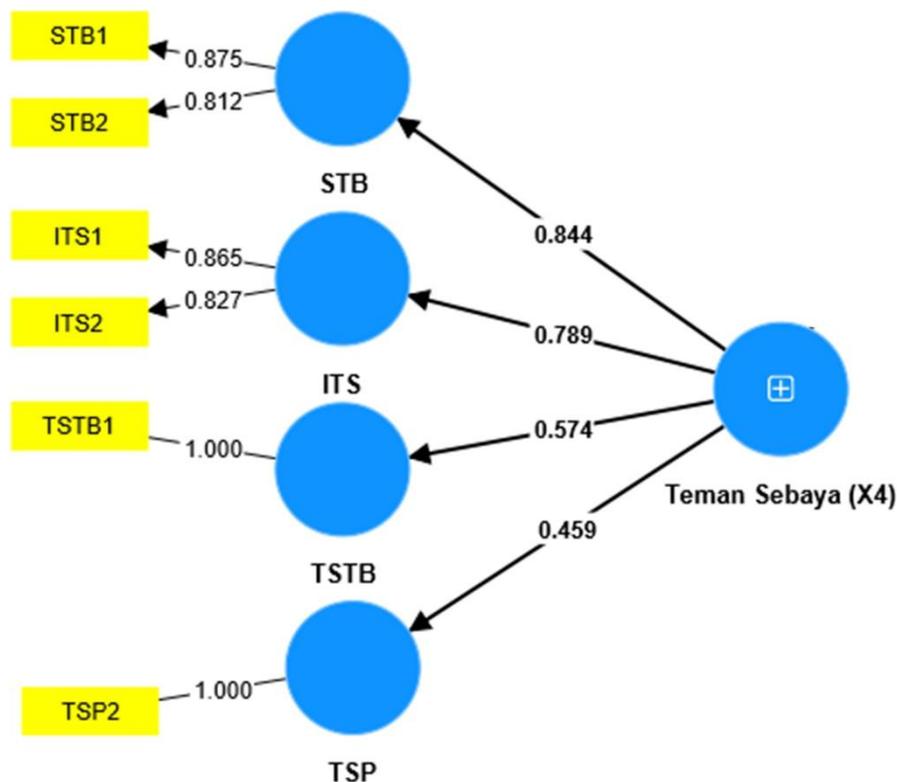
Variabel teman sebaya diukur dengan indikator reflektif. Hasil *loading factor* item-item dari indikator variabel teman sebaya dapat dilihat pada Tabel 5.16 berikut :

**Tabel 5. 16 Loading Factor Variabel Teman Sebaya**

<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b>Loading Factor</b>
STB	STB1	0.875
	STB2	0.812
ITS	ITS1	0.865
	ITS2	0.827
TSTB	<b>TSTB1</b>	<b>1,000</b>
TSP	<b>TSP2</b>	<b>1,000</b>

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 4)

**Gambar 5. 6 Measurement Model Indikator dari Variabel Teman Sebaya**



Indikator variabel teman sebaya dibentuk dari empat indikator yaitu support teman sebaya, interaksi dalam teman sebaya, teman sebaya sebagai teman belajar, teman sebaya memberikan pengaruh pembelian. Masing-masing indikator dibentuk oleh dua item. Temuan hasil analisis menunjukkan bahwa dari delapan item pada empat indikator tersebut, enam item yang signifikan membentuk teman sebaya. Dari Tabel 5.16 dan Gambar 5.7 dapat diketahui bahwa enam item dari empat indikator menunjukkan nilai *loading factor*  $> 0.7$ . Sehingga dapat diketahui enam item tersebut dapat merefleksikan variabel teman sebaya. Dari nilai *loading factor* tertinggi yaitu diperoleh tiga item yaitu TSTB1 (1.000) dan TSP2 (1.000) hal ini berarti yang paling utama

merefleksikan indikator pada variabel teman sebaya yang ditandai dengan adanya teman sebaya sebagai teman belajar dan juga teman sebaya dapat memberikan pengaruh dalam pembelian mahasiswa.

#### 5.4.5 Perilaku Konsumsi (Y)

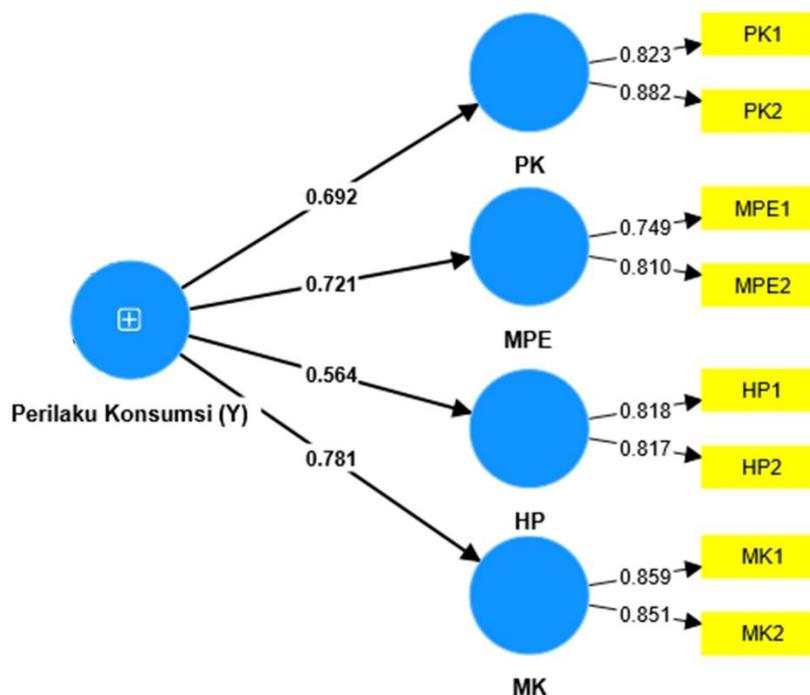
Variabel perilaku konsumsi diukur dengan indikator reflektif. Hasil *loading factor* item-item dari indikator variabel perilaku konsumsi dapat dilihat pada Tabel 5.17 berikut :

**Tabel 5. 17 *Loading Factor* Pembentuk Indikator dari Variabel perilaku Konsumsi**

<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b><i>Loading Factor</i></b>
PK	PK1	0.823
	<b>PK2</b>	<b>0.882</b>
MPE	MPE1	0.749
	MPE2	0.810
HP	HP1	0.818
	HP2	0.817
MK	MK1	0.859
	MK2	0.851

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 4)

**Gambar 5. 7 Measurement Model Indikator dari Variabel Perilaku Konsumsi**



Indikator variabel perilaku konsumsi dibentuk dari empat indikator yaitu pemenuhan kebutuhan primer, menerapkan prinsip ekonomi, harga produk dan motif konsumsi. Masing-masing indikator dibentuk oleh dua item. Temuan hasil analisis menunjukkan bahwa dari delapan item terdapat delapan item yang signifikan membentuk perilaku konsumsi. Dari Tabel 5.17 dan Gambar 5.8 dapat diketahui bahwa delapan item dari empat indikator menunjukkan nilai *loading factor*  $> 0.7$ . Sehingga dapat diketahui delapan item atau dapat dikatakan seluruh item tersebut dapat merefleksikan variabel perilaku konsumsi. Dari nilai *loading factor* tertinggi yaitu diperoleh item PK2 (0.882) dapat diketahui perilaku konsumsi mahasiswa yakni untuk memenuhi kebutuhan primer mahasiswa dalam hal ini adalah pembelian buku sesuai dengan pernyataan pada item PK2.

#### **5.4.6 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)**

Nilai *Average Variance Extracted* atau AVE pada penelitian ini yakni pada Lampiran 4 sebesar  $> 0.5$ . Hal ini menjelaskan bahwa indikator pada variabel laten dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya.

#### **5.4.7 Nilai Validitas Diskriminan (*Discriminat Validity*)**

Nilai *discriminant validity* pada penelitian ini yaitu  $> 0.7$  pada Lampiran 4. Hal ini menjelaskan bahwa konstruk penelitian berbeda dari konstruk lain.

#### **5.4.8 Nilai *Composite Reliability***

Nilai *composite reliability* pada penelitian ini yaitu  $> 0.7$  pada Lampiran 4. Hal ini menjelaskan bahwa model pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

### **5.5 Hasil Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)**

Pengujian *inner model* yaitu hubungan antar variabel struktural atau variabel laten yang mana menggambarkan hubungan antar variabel yang berdasarkan teori substansif penelitian. *Inner Model* diukur untuk melihat nilai *R-Square*.

#### **5.5.1 Nilai *R-Square***

Nilai *R-Square* dan nilai *R-Square Adjusted* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 5. 18 Hasil Pengujian *R-Square***

Variabel Endogen	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Perilaku Konsumsi (Y)	0,351	0,350

Sumber : *Output SmartPLS 4, 2023*

Dari Tabel 5.18 dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,350. Nilai ini menunjukkan bahwa gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumsi sebesar 35,1% dan sisanya sebesar 64,9% dipengaruhi variabel lain di luar model penelitian. Nilai *R-Square* dalam penelitian ini termasuk ke dalam kategori lemah yang artinya gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya memiliki kemampuan yang lemah dalam memprediksi variabel perilaku konsumsi.

### 5.5.2 Nilai *F-Square*

Nilai *F-Square* pada penelitian ini dihitung untuk mengukur seberapa penting nilai perubahan *R-Square* ketika terdapat konstruk yang dihilangkan dari model untuk dilakukan evaluasi apakah konstruk yang dihilangkan dapat memberikan dampak pada variabel endogen. Hasil pengujian *F-Square* pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.19 berikut

**Tabel 5. 19 Hasil Pengujian *F-Square***

Variabel	<i>f-square</i>
Gaya Hidup (X1)	0,020
Literasi Keuangan (X3)	0,025
Reigiusitas (X2)	0,031
Teman Sebaya (X4)	0,185

Sumber : *Output SmartPLS 4, 2023*

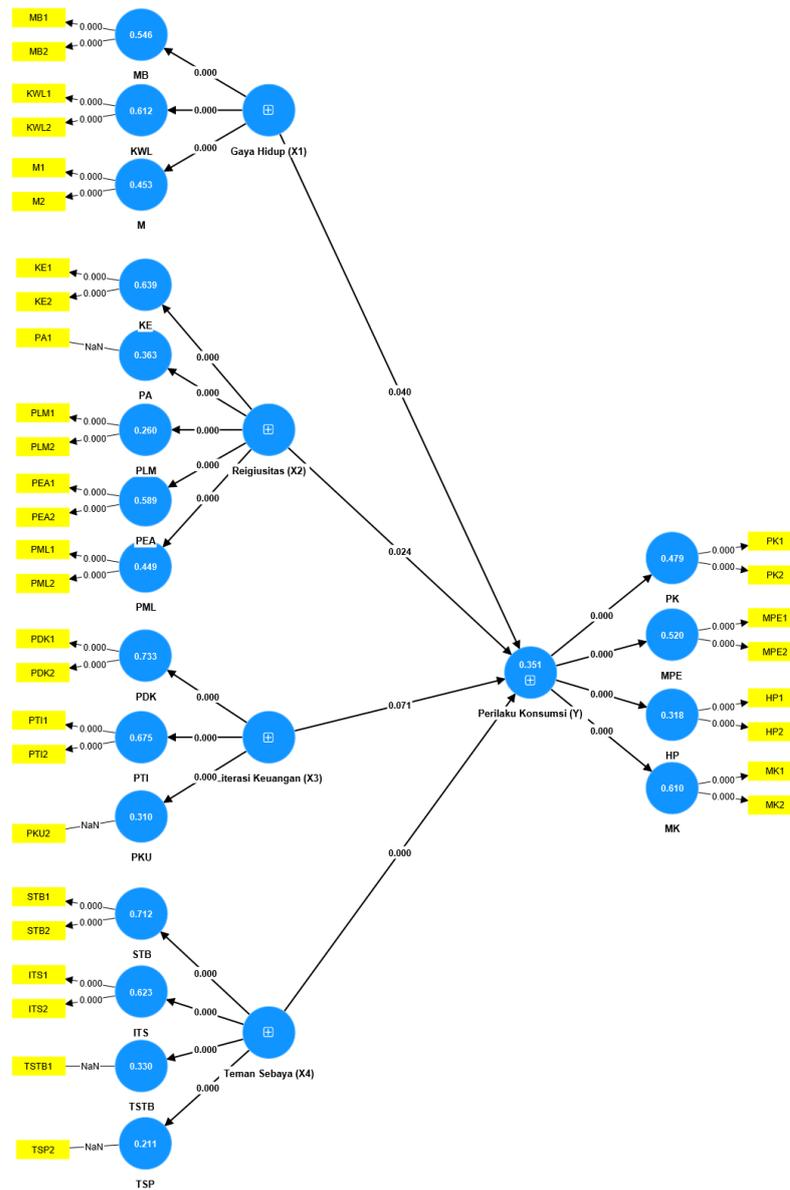
Dari Tabel 5.19 dapat diketahui nilai *F-Square* pada penelitian ini memiliki kontribusi terhadap nilai *R-Square* yakni variabel gaya hidup bernilai

0.020 atau 2% (kecil), variabel religiusitas bernilai 0.025 atau 2,5% (kecil), variabel literasi keuangan bernilai 0.031 atau 3,1% (kecil) dan variabel teman sebaya bernilai 0.185 atau 18,5% (kecil).

### **5.5.3 Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen. Dimana variabel gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya diajukan peneliti sebagai faktor pembentuk perilaku konsumsi melalui pengujian reflektif. Adapun hasil pengujian reflektif dapat dilihat pada gambar berikut

Gambar 5.8 Path Coeffiencie



Dari nilai *outer weight* yang diperoleh Peneliti melakukan pengujian CFA bertujuan untuk mengetahui apakah variabel gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya merupakan faktor perilaku konsumsi. Oleh karena itu, hasil pengujian *outer weight* pada Gambar 5.9 menunjukkan nilai signifikansi  $< 0.05$  artinya variabel gaya hidup, religiusitas dan teman sebaya dapat mencerminkan faktor perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan

dan variabel literasi keuangan tidak mencerminkan faktor perilaku konsumsi mahasiswa. Sehingga dapat dikatakan H1 ditolak. Dimana H1 dalam penelitian ini yaitu

**H<sub>1</sub> = Gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya mencerminkan faktor perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan**

### 5.6 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

Hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5.18 dan Gambar 5.9 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan terdapat empat jalur hubungan langsung antara variabel yang diuji. Adapun hasil dari pengujian secara langsung terdapat pada Tabel 5.20 berikut

**Tabel 5. 20 Path Coefficiencie**

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
X1 -> Y	0.132	0.141	0.064	2.062	0.040
X2 -> Y	0.154	0.158	0.068	2.272	0.024
X3 -> Y	0.149	0.138	0.082	1.816	0.071
X4 -> Y	0.394	0.397	0.063	6.248	0.000

Sumber : Data Diolah 2023 (Lampiran 5)

#### 1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi

Hasil analisis koefisien jalur dalam *inner model* pada penelitian ini dengan menggunakan *SEM-PLS* pengaruh variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumsi diperoleh nilai 2.062 dengan *p-value* sebesar  $0.040 < 0.05$ . karena nilai *p-value*  $< 0.05$ , maka terdapat cukup bukti empiris untuk menerima hipotesis kedua yaitu

**H<sub>2</sub> = Gaya hidup memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.**

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficient* hipotesis kedua diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini.

## **2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi**

Hasil analisis koefisien jalur dalam *inner model* pada penelitian ini dengan menggunakan *SEM-PLS* pengaruh variabel religisitas terhadap perilaku konsumsi yaitu nilai signifikansi 2.272 dengan *p-value* sebesar  $0.024 < 0.05$ . Oleh karena nilai *p-value*  $< 0.05$ , maka terdapat cukup bukti empiris untuk menerima hipotesis ketiga yakni

**H<sub>3</sub> = Religiusitas memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan**

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficient* hipotesis ketiga diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara religiusitas dengan perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini.

## **3. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumsi**

Hasil analisis koefisien jalur dalam *inner model* pada penelitian ini dengan menggunakan *SEM-PLS* pengaruh variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi diperoleh nilai 1.816 dengan *p-value* sebesar  $0.071 > 0.05$ . karena nilai *p-value*  $> 0.05$ , maka tidak terdapat cukup bukti empiris untuk menerima hipotesis keempat yaitu

**H<sub>4</sub> = Literasi keuangan memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.**

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficient* hipotesis kelima ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini.

#### **4. Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi**

Hasil analisis koefisien jalur dalam *inner model* pada penelitian ini dengan menggunakan *SEM-PLS* pengaruh variabel teman sebaya terhadap perilaku konsumsi yaitu nilai signifikansi 6.248 dengan *p-value* sebesar  $0.000 < 0.05$ . Oleh karena nilai *p-value*  $< 0.05$ , maka terdapat cukup bukti empiris untuk menerima hipotesis kelima yaitu

**H<sub>5</sub> = Teman sebaya memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.**

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficient* hipotesis keenam diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara teman sebaya dengan perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini .

### **5.7 Pembahasan**

Pada bagian ini akan membahas hasil penelitian yang ditujukan untuk menjawab rumusan permasalahan. Selanjutnya akan dibahas penerimaan terhadap hipotesis penelitian yang disertai dengan penjelasan dengan menggunakan metode *SEM-PLS* dengan bantuan aplikasi *smart PLS* versi 4, hasil uji koefisiensi jalur taraf signifikannya. Secara keseluruhan pengujian hubungan gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dijelaskan sebagai berikut:

### 5.7.1 Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Literasi Keuangan dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi

Dalam penelitian ini peneliti menguji dan menganalisis variabel gaya hidup, religiusitas, literasi keuangan dan teman sebaya yang pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi. Dari pengujian secara langsung, dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup, religiusitas, dan teman sebaya mampu mencerminkan faktor perilaku konsumsi, sedangkan variabel literasi keuangan belum mampu mencerminkan faktor perilaku konsumsi.

Dengan kata lain, konsumsi dalam Islam yakni mengkonsumsi baik menggunakan barang sesuai dengan kebutuhan. Sebagaimana firman Allah swt dalam QS. Al-Baqarah (2) : 168 yang menyatakan bahwa:

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

Yang artinya:

“wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di muka bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah setan. Sesungguhnya ia bagi kamu merupakan musuh yang nyata” (Al-Qur’an, 2022)

Dari ayat tersebut, dapat diketahui bahwa dalam Al-Qur’an terdapat anjuran untuk mengkonsumsi sesuatu yang baik dan halal. Bahkan dalam Islam terdapat batasan dalam mengkonsumsi seperti sesuatu yang bersih, sesuai, tidak menjijikkan, dan tidak berlebihan. Dalam Islam dilarang melakukan konsumsi yang berlebihan dan suka kemewahan, akan tetapi harus memperhatikan keadilan dan keseimbangan (Septiana, 2015). Sehingga ketika seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi yang sesuai anjuran Islam,

maka seseorang tersebut akan mengetahui batasan dalam hal konsumsinya salah satunya yakni konsumsi yang sesuai kebutuhan.

### **5.7.2 Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi**

Pembahasan tentang pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa adalah guna menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Gaya hidup dalam penelitian ini dijabarkan oleh indikator pertanyaan yang meliputi membeli atau belanja, kegiatan mengisi waktu luang dan minat. Dari hasil pengujian *loading factor*, menunjukkan hasil 0.858 dan 0.792 pada item-item yang membentuk indikator membeli atau belanja (MB), 0.820 dan 0.794 pada item-item yang membentuk indikator kegiatan mengisi waktu luang (KWL), serta 0.842 dan 0.786 pada item-item yang membentuk indikator minat (M). Dapat dilihat bahwa item dalam indikator minat dipersepsikan baik dalam membentuk indikator gaya hidup mahasiswa.

Berdasarkan pengujian *inner model*, diketahui gaya hidup menunjukkan koefisien jalur dengan nilai 2.062 dan *p-value* sebesar 0.040. Yang artinya, variabel gaya hidup memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan.

Berdasarkan hasil penelitian, gaya hidup memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi seseorang. Dimana gaya hidup merupakan gambaran seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya yang dapat berupa pola atau cara seseorang dalam menghabiskan uang dan waktunya. Gaya hidup seseorang, tidak terkecuali mahasiswa tentunya memiliki gaya hidup

yang cenderung mengikuti tren yang hal itu cenderung dapat meningkatkan pengeluaran konsumsi bahkan tidak jarang yang mengesampingkan pemahaman agama dalam melakukan konsumsi (Wulansari et al., 2020).

Berdasarkan hasil di lapangan, peneliti menemukan bahwa gaya hidup mahasiswa STAI Al-Yasini meliputi kegiatan di pondok dan ketika berada di kampus. Berdasarkan item pada indikator gaya hidup, peneliti memberikan pertanyaan tentang membeli, kegiatan mengisi waktu luang dan minat. Kaitannya dengan membeli, mahasiswa melakukan pembelian untuk keperluan tugas perkuliahan seperti cetak tugas kuliah maupun membeli buku untuk menunjang perkuliahannya. Adapun kaitannya dengan kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang yakni melakukan hobinya. Sedangkan dalam hal minat, mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan terdapat beberapa mahasiswa yang mengikuti komunitas hobinya salah satunya kegiatan bidang ekstra minat yang ada di pondok. Oleh karena itu, mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan dalam gaya hidupnya cenderung digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat dan positif. Hal ini sebagaimana hadis yang berkaitan dengan menggunakan waktu untuk hal yang bermanfaat. Adapun hadis tersebut adalah sebagai berikut

مَنْ حَسَّنَ إِسْلَامَ الْمَرْءِ تَرَكَّهُ مَا لَا يَنْعِيهِ

Artinya “Di antara tanda baiknya Islam seseorang, adalah mereka yang meninggalkan sesuatu hal yang tidak bermanfaat baginya” (HR. At-Tirmizi)

Dari hadis tersebut, dapat diketahui bahwa Islam seseorang dikatakan baik apabila dia meninggalkan sesuatu yang tidak bermanfaat baginya. Hal ini selaras dengan gaya hidup seseorang, oleh karena gaya hidup mencerminkan aktivitas dan minat seseorang dalam menghabiskan waktu dan uangnya yang

diinterpretasikan dalam kesehariannya. Sekaligus hal ini mendukung beberapa teori tentang gaya hidup dari Kotler dan Keller yang menyatakan bahwa gaya hidup diekspresikan dalam bentuk kegiatan, opini dan minat seseorang.

Hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh gaya hidup seseorang sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yakni Fitriana dan Khoniah (2022), yang hasil penelitiannya yaitu gaya hidup memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi santri. Yanti, dkk (2022) yang penelitiannya menghasilkan temuan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi menggunakan aplikasi *go-food*. Fajirin dan Indrarini (2021), yang hasil penelitiannya yaitu gaya hidup memberikan pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumsi pada waktu *new normal*. Avida dan Rokhmani (2021), yang hasil penelitiannya menyebutkan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Yuliani dan Rahmatia (2020) yang hasil penelitiannya menyebutkan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dan Lestari (2019) yang hasil penelitiannya menyebutkan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

### **5.7.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi**

Pembahasan tentang pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumsi mahasiswa adalah guna menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Religiusitas dalam penelitian ini dijabarkan oleh indikator pertanyaan yang meliputi keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama dan

pengamalan. Dari hasil pengujian *loading factor*, menunjukkan hasil 0.902 dan 0.912 pada item-item yang membentuk indikator keyakinan (KE), 1.000 pada item yang membentuk indikator praktik agama (PA), 0.721 dan 0.856 pada item-item yang membentuk indikator pengalaman (PLM) , 0.814 dan 0.776 pada item yang membentuk indikator pengetahuan agama (PEA), serta 0.875 dan 0.895 pada item yang membentuk indikator pengamalan (PML) . Dapat dilihat bahwa item dalam indikator praktik agama dipersepsikan baik dalam membentuk indikator religiusitas mahasiswa.

Berdasarkan pengujian *inner model*, diketahui religiusitas menunjukkan koefisien jalur dengan nilai 2.272 dan *p-value* sebesar 0.024. Yang artinya, variabel religiusitas memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, hal ini mengindikasikan bahwa religiusitas seseorang membuat perilaku konsumsi mahasiswa semakin baik. Artinya seseorang dalam berkonsumsi akan sesuai dengan kebutuhannya dan tidak berlebihan. Bahkan seseorang tersebut akan melakukan konsumsi sewajarnya dan lebih mendahulukan yang diprioritaskan (Ainun, Mardhiah, 2023). Selain itu dalam Islam dianjurkan untuk mengkonsumsi sesuai porsi kebutuhan Sebagaimana dalam firman Allah swt QS. Al-A'raf (7) : 31 yang menyatakan bahwa :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰزِيۡنَكَم مِّنۡ عِنۡدِ كُلِّ مَسۡجِدٍ وَكُلُوۡا وَشَرِبُوۡا وَاَلۡسُرۡفُوۡا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيۡنَ

Yang artinya:

“Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaian yang indahmu pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, akan tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”. (Al-Qur’an, 2022)

Item pada indikator mahasiswa yang dipersepsikan paling baik yakni pada indikator praktik agama. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diberikan kepada responden yakni melakukan ibadah sholat lima waktu. Sholat merupakan salah satu praktik dalam agama Islam dimana setiap muslim yang telah memenuhi syarat wajib akan menunaikannya. Sholat menjadi kewajiban seorang muslim untuk dilakukan karena sholat memiliki keutamaan daripada ibadah yang tidak terdapat pada ibadah lain, yakni sholat menjadi amalan pertama yang akan dihisab pada hari kiamat sebagaimana dalam sabda Rasulullah SAW berikut :

أَوَّلُ مَا يُسْأَلُ عَنْهُ الْعَبْدُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ يُنظَرُ فِي صَلَاتِهِ, فَإِنْ صَلَحَتْ فَقَدْ أَفْلَحَ, وَإِنْ فَسَدَتْ  
فَقَدْ خَابَ وَخَسِرَ

Artinya:”Pertama kali yang ditanyakan kepada seorang hamba pada hari kiamat adalah sholatnya. Apabila sholatnya baik, maka dia beruntung dan selamat. Apabila sholatnya rusak, maka dia merugi dan binasa” (HR. At-Tabrani dalam *al-Ausath*)

Dalam hadits tersebut dijelaskan keutamaan sholat, dimana sholat menjadi ibadah yang pertama kali ditanyakan ketika hari kiamat nanti. Oleh karena itu sebagai muslim sudah menjadi kewajiban untuk menunaikannya sebagai bentuk ketaatan kepada Tuhan.

Selain itu, dari temuan penelitian, yang mana responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang sekaligus berstatus santri tentunya tingkat praktik agama yang dilakukan dipersepsikan baik. Oleh karena mahasiswa tersebut ditinjau dari lingkungannya yaitu pondok pesantren dimana di tempat

tersebut tingkat praktik-praktik agama dapat terlaksana dengan baik. Hal ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Antonio (2001) yang menyebutkan bahwa ibadah menjadi hakikat hidup seseorang sebagai hamba Allah swt serta *khalifah* di muka bumi.

Hasil penelitian juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putriana (2023), yang hasil penelitiannya menyebutkan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Islam. Hal ini karena dengan religiusitas, konsumen cenderung akan melakukan kegiatan konsumsi yang sesuai dengan ajaran dan syariat Islam serta mengetahui hal dan haramnya barang yang akan dikonsumsi sehingga mereka akan merasa nyaman dalam kegiatan konsumsi sehari-harinya.

Yahya, dkk (2022), yang mana hasil penelitiannya yaitu religiusitas seseorang memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi orang tersebut. Yanti, dkk (2022), menjelaskan dalam penelitiannya bahwasannya religiusitas seseorang berpengaruh terhadap perilaku konsumsinya. Isnaini (2020) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa tingkat religiusitas seseorang memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsinya. Hal ini karena dengan religiusitas, seseorang mempunyai batasan-batasan dalam konsumsinya, sehingga perilaku konsumsi orang tersebut menjadi semakin baik seiring dengan semakin baiknya tingkat religiusitas seseorang. Dari beberapa penelitian terdahulu tersebut membuktikan bahwa tingkat religiusitas seseorang yang tinggi akan membuat seseorang berperilaku baik dalam berkonsumsi.

#### 5.7.4 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumsi

Pembahasan tentang pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa adalah guna menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Literasi keuangan dalam penelitian ini dijabarkan oleh indikator pertanyaan yang pengetahuan dasar keuangan (PDK), pengelolaan tabungan dan investasi (PTI), serta perilaku keuangan (PK). Dari hasil pengujian *loading factor*, menunjukkan hasil 0.862 dan 0.842 pada item-item yang membentuk indikator pengetahuan dasar keuangan, 0.830 dan 0.787 pada item-item yang membentuk pengelolaan tabungan dan investasi, dan 1.000 pada item yang membentuk perilaku keuangan. Dapat dilihat bahwa item dalam indikator perilaku keuangan dipersepsikan baik dalam membentuk indikator literasi keuangan mahasiswa.

Berdasarkan pengujian *inner model*, diketahui gaya hidup menunjukkan koefisien jalur dengan nilai 1.816 dan *p-value* sebesar 0.071. Yang artinya, variabel literasi keuangan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, hal ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan seseorang tidak memberikan pengaruh pada perilaku konsumsinya. Literasi keuangan seseorang berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam pengetahuan dan pengelolaan keuangan. Berdasarkan item pada indikator literasi keuangan yakni pengetahuan dasar keuangan, pengetahuan tabungan dan investasi serta perilaku keuangan. Adapun

data di lapangan, kaitannya dengan pengetahuan dasar keuangan, tentunya mahasiswa memiliki pengetahuan dasar tentang keuangan. Kemudian, kaitannya dengan tabungan dan investasi, sesuai kondisi objek penelitian yakni mahasiswa STAI Al-Yasini rata-rata mahasiswa memiliki tabungan baik berupa tabungan dengan ATM maupun tabungan manual yang ada di pondok. Sedangkan kaitannya dengan perilaku keuangan, kondisi di lapangan peneliti menemukan bahwa salah satu contoh perilaku keuangan yang dilakukan mahasiswa STAI Al-Yasini adalah dengan menggunakannya *e-wallet* dari pondok yang disebut dengan kartu SaQu. Yang mana dengan *e-wallet* ini mahasiswa melakukan transaksi baik di kampus maupun di perkuliahan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sustiyo (2020) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa literasi keuangan mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa tersebut. Hal ini karena apabila mahasiswa tersebut memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan dengan baik, maka perilaku konsumsi mahasiswa tersebut juga baik.

Cerya (2018) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Hal ini karena literasi keuangan mahasiswa menentukan tinggi dan rendahnya perilaku konsumsi mahasiswa. Semakin baik literasi keuangan mahasiswa tersebut, maka semakin baik pula tingkat rasionalitasnya perilaku dalam berkonsumsi.

#### **5.7.5 Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi**

Pembahasan tentang pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa adalah guna menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian

yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Teman sebaya dalam penelitian ini dijabarkan oleh indikator pertanyaan yang meliputi support teman sebaya, interaksi dalam teman sebaya, teman sebaya sebagai teman belajar, teman sebaya memberikan pengaruh pembelian. Dari hasil pengujian *loading factor*, menunjukkan hasil 0.875 dan 0.812 pada item yang membentuk indikator support teman sebaya (STB), 0.865 dan 0.827 pada item yang membentuk indikator interaksi teman sebaya (ITS), 1.000 pada item yang membentuk teman sebaya sebagai teman belajar (TSTB), 1.000 pada item yang membentuk indikator teman sebaya memberikan pengaruh pembelian (TSP). Dapat dilihat bahwa item dalam indikator support teman sebaya, teman sebaya sebagai teman belajar dan teman sebaya memberikan pengaruh pembelian dipersepsikan baik dalam membentuk indikator teman sebaya mahasiswa.

Berdasarkan pengujian *inner model*, diketahui teman sebaya menunjukkan koefisien jalur dengan nilai 6.248 dan *p-value* sebesar 0.000. Yang artinya, variabel teman sebaya memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, hal ini mengindikasikan bahwa teman sebaya seseorang membuat perilaku konsumsi mahasiswa semakin baik. Artinya seseorang yang memiliki pertemanan dengan sebayanya dapat memberikan pengaruh kepada dirinya baik dalam perilaku maupun ketertarikan yang sama dengan temannya.

Oleh karena manusia adalah makhluk sosial, yang tentunya akan berinteraksi dengan lingkungannya. Salah satunya dengan teman sebaya yang merupakan sekumpulan orang yang memiliki usia yang hampir sama, memiliki pikiran yang sama, dan melakukan tindakan secara bersamaan. Berdasarkan kondisi di lapangan, peneliti menemukan bahwa teman sebaya mahasiswa sebagian besar adalah teman di asrama pondoknya. Oleh karena itu, intensitas bertemu dan berinteraksi mereka lebih sering.

Dalam berteman dengan sebaya, seseorang akan cenderung memiliki kesamaan, baik tindakan dan kegemaran. Hal ini akan memberi dampak kepada seseorang baik dampak positif dan negatif. Terdapat hadis yang menyebutkan perumpamaan dalam berteman yakni sebagai berikut

عَنْ أَبِي مُوسَى عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّمَا مَثَلُ الْجُلَيْسِ الصَّالِحِ وَالْجُلَيْسِ السَّوِّءِ كَحَامِلِ الْمَسْكِ وَنَافِخِ الْكَبِيرِ فَحَامِلُ الْمَسْكِ إِذَا أَنْ يُحْدِيكَ وَإِذَا أَنْ تَبْتَاعَ مِنْهُ وَإِذَا أَنْ تَجِدَ مِنْهُ رِيحًا طَيِّبَةً وَنَافِخُ الْكَبِيرِ إِذَا أَنْ يُحْرِقَ ثِيَابَكَ وَإِذَا أَنْ تَجِدَ مِنْهُ رِيحًا خَبِيثَةً

Dari Abu Musa R.A. Rasulullah SAW bersabda “sesungguhnya perumpamaan teman yang baik dan teman yang buruk adalah seperti penjual minyak wangi dan tukang pandai besi. Seorang penjual minyak wangi kadang-kadang akan mengoleskan wanginya kepada kamu dan kamu sebagian akan membeli ataupun dapat mencium bau wanginya. Akan tetapi seorang tukang pandai besi adakalanya akan membakar pakaianmu atau kamu akan mencium bau yang tidak sedap” (HR. Muslim nomor 4762)

Dari hadis tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa ketika kita memiliki teman dekat yang berperilaku baik, kita akan berperilaku baik pula. Sebaliknya jika kita memiliki teman yang berperilaku buruk, bisa jadi kita akan terseret dalam perilaku buruk tersebut. Oleh karena itu kita sebaiknya bijak dalam memilih seseorang yang akan menjadi teman dekat kita. Bahkan teman sebaya

juga menjadi salah satu faktor dalam pembentukan karakter seseorang (Desiani, 2020).

Oleh karena itu beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang beberapa penelitian Farida dan Kurniawan (2022) yang dalam penelitiannya menemukan bahwa teman sebaya memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa. Hal ini mengindikasikan bahwa lingkungan pertemanan siswa dengan teman sebayanya memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa tersebut. bahwa Gandhi, dkk (2021), yang dalam penelitiannya menemukan bahwa teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, hal ini karena adanya interaksi bersama teman sebaya yang menciptakan kesamaan hobi , kesukaan dan pemikiran yang sama juga. Lestari (2019), dalam penelitiannya menghasilkan bahwa teman sebaya memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Maipita, dkk (2019) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa teman sebaya memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Serta Wahidah, dkk (2018) yang dalam penelitiannya menghasilkan temuan bahwa teman sebaya memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

## **5.8 Implikasi Penelitian**

Temuan penting dalam penelitian ini adalah dibuktikannya bahwa gaya hidup, religiusitas dan teman sebaya sebagai faktor penting dalam perilaku konsumsi mahasiswa. Sehingga dalam berperilaku konsumsi mahasiswa akan dipengaruhi kedua faktor tersebut.

### **5.8.1 Kontribusi Teoritis**

Temuan hasil penelitian ini mendukung beberapa teori tentang perilaku konsumsi seseorang. Dimana perilaku konsumsi erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Dan hasil temuan mendukung teori dari Azjen yakni perilaku terencana atau *Theory Of Planned Behaviour* (TBP) adalah teori tentang sebab timbulnya intensi berperilaku. Yang mana intensi perilaku konsumsi merupakan perilaku terencana yang dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku.

### **5.8.2 Kontribusi praktis**

Temuan hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi mahasiswa di Kabupaten Pasuruan khususnya objek penelitian yakni STAI Al-Yasini. Kontribusi penting dalam penelitian ini adalah perilaku konsumsi mahasiswa dipengaruhi faktor utama yaitu gaya hidup, religiusitas dan teman sebaya.

## **5.9 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tentunya terdapat keterbatasan-keterbatasan yang dijumpai dalam hasil penelitian. Keterbatasan-keterbatasan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Desain penelitian yang digunakan masih kemungkinan dapat menimbulkan bias kesamaan metode karena data yang diperoleh peneliti berasal dari laporan sendiri baik pada variabel independen dan variabel dependen.
2. Data yang peneliti kumpulkan kemungkinan dapat dipengaruhi bias respon kepantasan sosial yang artinya jawaban responden dianggap sesuai tapi belum tentu dapat mencerminkan keadaan yang sesungguhnya.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, religiusitas, dan teman sebaya mampu mencerminkan faktor perilaku konsumsi mahasiswa. Akan tetapi variabel literasi keuangan tidak mampu mencerminkan faktor perilaku konsumsi mahasiswa

Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi seseorang. Hal ini karena dalam kehidupan seseorang, tentunya memiliki gaya hidup atau cara mereka menghabiskan waktu dengan lingkungan dan hal tersebut memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsinya.

Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi seseorang. Hal ini karena religiusitas menjadi salah satu faktor yang memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsinya serta dengan religiusitas, seseorang dapat memiliki batasan dalam melakukan kegiatan konsumsi seperti konsumsi berdasarkan halal dan haram.

Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi seseorang. Hal ini karena literasi keuangan mahasiswa belum memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsinya.

Teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi seseorang. Hal ini karena manusia merupakan makhluk sosial dimana akan selalu berinteraksi dengan sesama manusia salah satunya teman sebaya.

## **6.2 Saran**

### **6.2.1 Saran bagi praktisi**

Variabel gaya hidup, religiusitas dan teman sebaya merupakan komponen yang dapat meningkatkan baiknya perilaku mahasiswa terutama mahasiswa yang statusnya juga seorang santri. Oleh karena itu, ketiga komponen tersebut patut dipertahankan dalam menjaga perilaku konsumsi mahasiswa.

### **6.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya**

Saran bagi peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi dan menggunakan desain penelitian lain sehingga bias penelitian dapat diminimalisir.

## DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni. (2023). *Wawancara Tentang Konsumsi Mahasiswa Stai Al-Yasini Pasuruan, Dilakukan Pada 19 Juni 2023 Dengan Bertemu Langsung*.
- Adila. (2023). *Wawancara Tentang Konsumsi Mahasiswa Stai Al-Yasini Pasuruan, Dilakukan Pada 20 Juni 2023 Dengan Bertemu Langsung*.
- Ainun, Mardhiah, I. (2023). Talenta Conference Series Analisis Pola Perilaku Konsumsi (Studi Komparatif Antara Mahasiswa Muslim Feb Usu Dengan Mahasiswa Muslim Febi Uinsu). *Talenta Conference Series*, 06(116–120), 1–5. <https://doi.org/10.32734/Lwsa.V6i1.1682>
- Aisyah. (2023). *Wawancara Tentang Konsumsi Mahasiswa Stai Al-Yasini Pasuruan, Dilakukan Pada 19 Juni 2023 Dengan Bertemu Langsung*.
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Qur'an, L. P. Mushaf. (2022). *Qur'an Kemenag*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=168&to=168>
- Amanita, N. Y. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal : Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, Vi, 15.
- Amilia, S., Bulan, T. P. L., & Rizal, M. (2018). Pengaruh Melek Finansial, Sosialisasi Orang Tua, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Bidik Misi Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 2(2), 97–107.
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*, Raja Grafindo. *Persada, Jakarta*.
- Ancok, D., Suroso, F. N., & Ardani, M. S. (2000). *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Astuti, R. F., Rahayu, V. P., Mustangin, M., Dewi, R. R. C., & Rahmaniah, R. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Melalui Gaya Hidup Pada Usia Remaja. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 6(2), 232–241.

<https://doi.org/10.22219/satwika.v6i2.22313>

- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan, 10*, 46–62.
- Bambang, S. (2021). *Religiusitas Konsep, Pengukuran, Dan Implementasi Di Indonesia*. Bibliosmia Karya Indonesia.  
<https://books.google.co.id/books?id=U3eyaaaaqbaj>
- Bps. (2023). *Ekonomi Indonesia Tahun 2022 Tumbuh 5,31 Persen*. Bps.  
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen.html>
- C, A. D., S, G., K, H., S, S., E, P. K., & C, K. P. (2022). Consumer Behaviour Analysis: Critical Perspectives. *International Journal Of Research And Applied Technology, 2*(1), 82–90.
- Creswell, W. J. (2016). *Rsearch Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran* (4th Ed.). Pustaka Pelajar.
- Desiani, T. (2020). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Pembentukan Karakter Siswa Kelas Viii Mts Negeri 3 Kabupaten Tangerang Tri Desiani Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Islamic Village Tangerang. *Jm2pi: Jurnal Mediakarya Mahasiswa Pendidikan Islam, 01*, 47–68. <http://E-Journal.Stit-Islamic-Village.Ac.Id/Index.Php/Jm2pi>
- Dr. Ria Sandra Alimbudiono, D. E. M. S. C. (N.D.). *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. Jakad Media Publishing.  
<https://books.google.co.id/books?id=2hh5dwaaqbaj>
- Drifanda. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi, 3*(2), 45–48.
- Fadilah, N. (2020). Teori Konsumsi, Produksi Dan Distribusi Dalam Pandangan Ekonomi Syariah. *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam, 1*(4), 17–38.  
<https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- Fatimah, N., & Susanti. (2018). Pengaruh Pembelajaran Akuntansi Keuangan, Literasi Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik. *Jurnal Pendidikan*

- Akuntansi (Jpak)*, 6(1), 48–57.
- Fattah, F. A. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sma Muhammadiyah 1 Karanganyar*.
- Fauzziyah, N., & Widayati, S. (2020). Pengaruh Besaran Uang Saku Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Ivet. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship*, 1(1), 24.  
<https://doi.org/10.31331/jeee.v1i1.1224>
- Fildayanti, N. (2018). Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Interaksi Sosial. (*Skripsi*), *Fakultas Ilmu Pendidikan, Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta*, 3.
- Firdaos, R. (2016). Aplikasi Analisis Faktor Konfirmatori Terhadap Sikap Keberagamaan Mahasiswa. *Inferensi*, 10(2), 359.  
<https://doi.org/10.18326/infsl3.v10i2.359-380>
- Gandhi, D. R., Wahjoedi, W., Mintarti, S. U., & Soesilo, Y. H. (2021). Pengaruh Intensitas Pembelajaran Ekonomi Dalam Keluarga, Intensitas Komunikasi Dengan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Malang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Pendidikan*.  
<https://doi.org/10.17977/um066v1i92021p836-843>
- Hidajat, T. (2016). *Literasi Keuangan*. Stie Bank Bpd Jateng.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.  
<https://books.google.co.id/books?id=0daeeaaqbaj>
- Hina, H. B. (2023). Teori Konsumsi Dan Tabungan. In *Pengantar Ekonomi Makro (Teori Dan Kebijakan)* (P. 89). Media Sains Indonesia.
- Indonesia, K. K. R. (2023). *Ayo Sehat Kementerian Kesehatan Republik Indonesia*.
- Ismoyo, M. N., Suhartanto, D., & ... (2020). Apakah Religiusitas Mempengaruhi Sikap Muslim Gen Z Terhadap Produk Ramah Lingkungan? ... *Research Workshop And ...*, 26–27.  
<https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2180>

- Juliani, E. C. (2018). Ecogen Juliani , Efni Cerya Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang Email :  
Juliani.Azz123@Gmail.Com Ecogen. *Journal Ecogen*, 1(2015), 847–857.  
File:///D:/0. Kuliah S3/Semester 4/Disertasi/1/Mendeley/Juliani.Pdf
- Khairat, H. (2022). *Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orangtua, Dan Self Efficacy Terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Siswa Kelas Xi Sma Negeri 1 Batang Hari*. 4(1), 472–482.
- Kurniawan, Y., & Sudrajat, A. (2020). The Role Of Peers In The Character Building Of The Students Of. *Iain Tulungagung*, 1–12.
- Kusumastuti, A., Ahmad Mustamil Khoiron, M. P., & Taofan Ali Achmadi, M. P. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.  
<https://books.google.co.id/books?id=Zw8reaaaqbaj>
- Latifiana, D. (2016). *Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah (Ukm )*Latifiana, D. (2016). *Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah ( Ukm )*. 1–7. 1–7.
- Lisma, N., & Haryono, A. (2016). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus Pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012). *Jpe (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(1), 41–50.
- Maipita, I., & Hasri, F. A. S. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 7(2), 13–22.
- Makarewicz, A. (2013). Consumer Behavior As A Fundamental Requirement For Effective Operations Of Companies. *Journal Of International Studies*, 6(1), 103–109. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2013/6-1/10>
- Maria, E. (2023). *Pulihkan Perekonomian Pasca Pandemi, Pemkab Pasuruan Pacu Pengelolaan Potensi Desa*. Website Pemerintah Kabupaten Pasuruan.  
<https://www.pasuruankab.go.id/isiberita/pulihkan-perekonomian-pasca-pandemi-pemkab-pasuruan-pacu-pengelolaan-potensi-desa>
- Masyhuri, M. Et Al. (2022). *Ekonomi Syariah*. Cv Literasi Nusantara Abadi.

- Murniatiningsih, E. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Smp Negeri Di Surabaya Barat. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 5(1), 127. <https://doi.org/10.26740/Jepk.V5n1.P127-156>
- Nengsih, D., & Auliya, S. (2020). Perspektif Al-Quran Tentang Prinsip-Prinsip Konsumsi. *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial Dan Budaya*, 2(1), 45. <https://doi.org/10.31958/Istinarah.V2i1.2155>
- Ns. Alfeus Manuntung, S. K. M. K. (2019). *Terapi Perilaku Kognitif Pada Pasien Hipertensi*. Wineka Media.  
<https://books.google.co.id/books?id=Vwgidwaaqbaj>
- Otoritas, J. K. (2013). *Literasi Keuangan*.
- Pasuruan, S. A.-Y. (2023). *Stai Al-Yasini Pasuruan*. <https://www.stai-alyasini.ac.id/>
- Pohan, M., Azhar, M. E., Purnama, N. I., & Jasin, H. (2022). Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan. *Owner*, 6(2), 1498–1508.  
<https://doi.org/10.33395/Owner.V6i2.777>
- Prasetyaningsih, R. F. (2019). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan , Status Sosial Ekonomi Orang Tua , Jenis Kelamin Dan Jurusan Terhadap Pola Konsumsi The Effects Of The Financial Literacy Level , Parents ' Socio - Economic Status , Gender , And Department On The Consumption Pattern Of. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 8(4), 335–345.  
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/ekonomi/article/view/15335>
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen T E O R I* (A. Jibril (Ed.); 1st Ed.). Pt Nasya Expanding Management.
- Rahman, A., & Fitrah, M. (2018). Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam Di Kelurahan Berombang Koto Makassar. *Laa Maisyir*, 5(1), 18–43.

- Journal.Uin-  
Alauddin.Ac.Id/Index.Php/Lamaisyir/Article/Download/4944/4405%0a
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*. Mizan.  
<https://books.google.co.id/books?id=P2-Bawaaqbaj>
- Ramdhani, F. B., Ibrahim, M. Y., Masruhen, M. F. B., & Fadhiyah, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Binaan Pondok Pesantren Daarut Tauhid Kabupaten Bogor. *Al Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi Syariah*, 14(02), 80–101.  
<https://journal.ptiq.ac.id/index.php/altasyree/article/view/978>
- Rif An, A. R. (2020). *Generasi Menulis*. Elex Media Komputindo.  
<https://books.google.co.id/books?id=Glnydwaaqbaj>
- Rionita, D., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim Di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(2), 288.  
<https://doi.org/10.20473/vol6iss20192pp288-304>
- Safura Azizah, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Sasongko, D. (2020). *Strategi Kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional (Pen)*. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara.  
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13287/strategi-kebijakan-pemulihan-ekonomi-nasional.html>
- Septiana, A. (2015). Analisis Perilaku Konsumsi. *Dinar*, 1(2), 1–17.
- Silaya, M. (2016). Jcita\_Ekonomika\_2016\_10\_1\_4. *Cita Ekonomika*, X(1), 36.
- Sofianita, S. (2015). Pengaruh Teman Sebaya (Peer Group) Terhadap Imitation Behavior Pembelian Aksesoris Pada Remaja Studi Pada Siswi Sma Negeri 11 Surabaya. *Pendidikan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*, 3, 4.  
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/12054/11236>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Cv Alfabeta.

- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. In M. A. Kalijaga (Ed.), *Eureka Media Aksara*. Eureka Media Aksara.
- Supriyanto, A. S. V. M. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia, Teori, Kuesioner, Dan Analisis Data* (A. H. Fathani (Ed.)). Uin Maliki Press.
- Tri Kumala Sari, Y., Hendrastomo, G., & Endah Januarti, N. (2020). Belanja Online Dan Gaya Hidup Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 9(2), 1–22.  
<https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/societas/article/view/15942>
- Umar, J., & Nisa, Y. F. (2020). Uji Validitas Konstruk Dengan Cfa Dan Pelaporannya. *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia (Jp3i)*, 9(2), 1–11. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v9i2.16964>
- Wagle, U. R. (2007). Poverty In Kathmandu: What Do Subjective And Objective Economic Welfare Concepts Suggest? *The Journal Of Economic Inequality*, 5(1), 73–95. <https://doi.org/10.1007/s10888-006-9026-8>
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Penerbit Nem.  
<https://books.google.co.id/books?id=Mfy1eaaqbaj>
- Waruwo, K. (2018). Pengaruh Status Sosial Ekonomiorang Tua Dankelompok Temansebayerhadap Perilakukonsumsisiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–97.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Prilakukonsumen*, 01(01), 18.
- Wulansari, D., Nurohman, Y. A., & Qurniawati, S. (2020). Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Muslim Pada Era Digital (Dewi Wulansari, Yulfan Arif Nurohman, Rina Sari Qurniawati). *Among Makarti*, 13, 64–77.
- Yanti, N. Et Al. (2022). Pengaruh Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Pengguna Go-Food Novi. *Hikmah*, 20(1), 121–132.
- Yustati, H. (2020). Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Regresi Religiusitas Terhadap Konsumerisme Pada Mahasiswa Uin Syarif

Hidayatullah Jakarta). *Jurnal Indo-Islamika*, 5(1), 25–50.  
<https://doi.org/10.15408/Idi.V5i1.14786>

Zainur, Z. (2020). Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal An-Nahl*, 7(1), 32–43. <https://doi.org/10.54576/Annahl.V7i1.3>

Zakia, A., Adisti, A. A., & Asmarani, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review Msdm). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 2–9.  
<https://doi.org/10.31933/Jimt.V3i5>

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### a. LAMPIRAN 1

Angkatan	Prodi	Jumlah
2020	Hukum Ekonomi Syariah	20
	Manajemen Pendidikan Islam	50
	Pendidikan Bahasa Arab	28
2021	Hukum Ekonomi Syariah	28
	Manajemen Pendidikan Islam	57
	Pendidikan Bahasa Arab	42
2022	Hukum Ekonomi Syariah	19
	Manajemen Pendidikan Islam	49
	Pendidikan Bahasa Arab	36
2023	Hukum Ekonomi Syariah	16
	Manajemen Pendidikan Islam	32
	Pendidikan Bahasa Arab	53

### b. LAMPIRAN 2

No.	Prodi	Usia	Semester	Jenis Kelamin
1	Hukum Ekonomi Syariah - HES	17	1	Perempuan
2	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	7	Perempuan
3	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	7	Perempuan
4	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Perempuan
5	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	5	Perempuan
6	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	23	7	Laki-laki
7	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Perempuan
8	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	23	5	Laki-laki
9	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	7	Laki-laki
10	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	1	Laki-laki
11	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	5	Perempuan
12	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	3	Laki-laki
13	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	24	1	Laki-laki
14	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	32	1	Perempuan
15	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	25	1	Laki-laki
16	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	7	Laki-laki
17	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	7	Perempuan
18	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	26	1	Laki-laki
19	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	1	Laki-laki
20	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	19	3	Laki-laki
21	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	19	1	Perempuan
22	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	28	1	Laki-laki
23	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	1	Laki-laki
24	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	1	Perempuan

25	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	1	Laki-laki
26	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	3	Laki-laki
27	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	1	Perempuan
28	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	22	5	Perempuan
29	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	7	Perempuan
30	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	22	7	Perempuan
31	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	23	7	Perempuan
32	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	7	Perempuan
33	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	23	7	Laki-laki
34	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	22	7	Perempuan
35	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	23	7	Laki-laki
36	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	24	7	Laki-laki
37	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	22	7	Laki-laki
38	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	23	7	Perempuan
39	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	7	Perempuan
40	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	7	Perempuan
41	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	5	Perempuan
42	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	19	5	Perempuan
43	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	7	Perempuan
44	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	7	Perempuan
45	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	19	3	Perempuan
46	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	1	Laki-laki
47	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	1	Laki-laki
48	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	1	Perempuan
49	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	1	Laki-laki
50	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	1	Perempuan
51	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	7	Perempuan
52	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	7	Perempuan
53	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	7	Perempuan
54	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	7	Perempuan
55	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	7	Laki-laki
56	Hukum Ekonomi Syariah - HES	23	7	Perempuan
57	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	7	Perempuan
58	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	7	Perempuan
59	Hukum Ekonomi Syariah - HES	22	7	Perempuan
60	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	7	Perempuan
61	Hukum Ekonomi Syariah - HES	23	7	Laki-laki
62	Hukum Ekonomi Syariah - HES	22	7	Laki-laki
63	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Perempuan
64	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Laki-laki
65	hukum Ekonomi Syariah - HES	22	5	Perempuan
66	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	5	Perempuan
67	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	3	Laki-laki
68	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	3	Laki-laki
69	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	3	Perempuan

70	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	3	Laki-laki
71	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	3	Laki-laki
72	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Laki-laki
73	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	17	1	Laki-laki
74	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	17	1	Perempuan
75	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Perempuan
76	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Perempuan
77	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	19	1	Perempuan
78	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	17	1	Laki-laki
79	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	1	Laki-laki
80	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Perempuan
81	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	19	1	Perempuan
82	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Perempuan
83	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Perempuan
84	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Perempuan
85	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Perempuan
86	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Perempuan
87	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	25	1	Perempuan
88	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	1	Perempuan
89	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	1	Perempuan
90	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	22	7	Perempuan
91	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	5	Perempuan
92	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	19	3	Laki-laki
93	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	19	3	Laki-laki
94	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	18	3	Perempuan
95	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	3	Perempuan
96	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	19	3	Perempuan
97	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	3	Perempuan
98	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	18	1	Perempuan
99	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	3	Laki-laki
100	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Perempuan
101	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	22	7	Perempuan
102	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	3	Laki-laki
103	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	3	Perempuan
104	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	3	Laki-laki
105	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	3	Laki-laki
106	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	3	Perempuan
107	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	3	Laki-laki
108	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	3	Laki-laki
109	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	3	Laki-laki
110	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	3	Laki-laki
111	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	3	Perempuan
112	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	5	Laki-laki
113	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	5	Perempuan
114	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	18	1	Perempuan

115	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	19	1	Perempuan
116	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	19	1	Perempuan
117	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	18	1	Perempuan
118	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	19	1	Laki-laki
119	Manejemen Pendidikan Islam - MPI	21	5	Perempuan
120	Manejemen Pendidikan Islam - MPI	20	5	Perempuan
121	Manejemen Pendidikan Islam - MPI	23	5	Laki-laki
122	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	18	1	Laki-laki
123	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	20	1	Perempuan
124	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	7	Perempuan
125	Manejemen Pendidikan Islam - MPI	21	7	Perempuan
126	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	20	5	Perempuan
127	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	22	5	Perempuan
128	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Laki-laki
129	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	25	5	Laki-laki
130	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	20	5	Perempuan
131	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	23	5	Laki-laki
132	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	22	5	Perempuan
133	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Laki-laki
134	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Perempuan
135	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	20	5	Perempuan
136	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Perempuan
137	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Laki-laki
138	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Perempuan
139	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	20	5	Perempuan
140	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Perempuan
141	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Laki-laki
142	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Perempuan
143	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	22	5	Laki-laki
144	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	22	5	Perempuan
145	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Perempuan
146	Manejemen Pendidikan Islam - MPI	21	7	Perempuan
147	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	18	3	Perempuan
148	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	18	3	Perempuan
149	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	20	3	Perempuan
150	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	19	3	Perempuan
151	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	19	3	Laki-laki
152	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	20	3	Laki-laki
153	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	19	3	Perempuan
154	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	18	3	Perempuan
155	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	19	3	Laki-laki
156	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	3	Perempuan
157	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	5	Laki-laki
158	Hukum Ekonomi Syariah - HES	22	5	Laki-laki
159	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	1	Laki-laki

160	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	1	Perempuan
161	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	1	Laki-laki
162	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	1	Laki-laki
163	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	1	Laki-laki
164	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	3	Laki-laki
165	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	20	5	Perempuan
166	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	18	1	Laki-laki
167	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	5	Laki-laki
168	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	3	Laki-laki
169	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	5	Laki-laki
170	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	3	Laki-laki
171	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	5	Perempuan
172	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	3	Laki-laki
173	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	19	3	Laki-laki
174	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	5	Perempuan
175	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	3	Laki-laki
176	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	1	Perempuan
177	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Laki-laki
178	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	5	Perempuan
179	Hukum Ekonomi Syariah - HES	18	1	Laki-laki
180	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	23	7	Laki-laki
181	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	21	5	Laki-laki
182	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	3	Laki-laki
183	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	19	3	Laki-laki
184	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	5	Laki-laki
185	Hukum Ekonomi Syariah - HES	19	1	Laki-laki
186	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	3	Laki-laki
187	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	5	Laki-laki
188	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Laki-laki
189	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	3	Laki-laki
190	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	3	Perempuan
191	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Laki-laki
192	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	5	Laki-laki
193	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	20	3	Laki-laki
194	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	23	5	Laki-laki
195	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Laki-laki
196	Manajemen Pendidikan Islam - MPI	22	7	Laki-laki
197	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	22	7	Laki-laki
198	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Laki-laki
199	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Laki-laki
200	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Laki-laki
201	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	22	7	Laki-laki
202	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Laki-laki
203	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	21	5	Laki-laki
204	Pendidikan Bahasa Arab - PBA	20	3	Laki-laki

205	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Perempuan
206	Hukum Ekonomi Syariah - HES	21	5	Laki-laki
207	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Laki-laki
208	Hukum Ekonomi Syariah - HES	20	5	Laki-laki

**c. LAMPIRAN 3**

Var.	Gaya Hidup (X1)						Religiusitas (X2)									
Ind.	MB		KWL		M		KE		PA		PLM		PEA		PML	
Item	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
1	5	4	3	5	2	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5
2	5	5	3	2	2	3	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4
3	4	3	3	3	3	4	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5
4	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
7	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
8	2	1	1	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	2	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
10	5	3	5	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
11	4	3	4	3	2	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
12	4	4	3	1	1	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
13	5	5	5	2	2	1	5	5	5	3	1	5	5	5	5	5
14	5	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
15	5	3	4	3	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5
16	5	5	3	3	3	2	5	5	5	5	3	3	5	4	4	4
17	5	3	5	4	4	3	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4
18	5	5	5	2	3	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5
19	4	3	2	1	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
20	4	3	2	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
21	4	3	3	2	3	3	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4
22	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4
23	1	2	3	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
24	5	3	4	4	3	3	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5
25	5	3	2	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	3	5	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	4	5	5
27	4	3	3	4	4	2	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4
28	3	2	3	3	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4

29	4	4	4	4	5	2	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4
30	4	3	3	2	4	2	5	5	5	5	3	4	5	3	3	4
31	4	4	3	3	3	3	5	5	5	3	4	5	5	4	3	3
32	3	3	2	2	4	4	5	5	5	3	4	4	5	3	3	3
33	5	5	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3
34	3	4	4	3	3	2	5	5	5	4	3	4	4	4	3	3
35	3	4	2	3	2	2	5	5	4	5	3	3	5	3	3	4
36	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	4	4	5
37	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3
38	3	4	3	2	3	2	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3
39	4	3	4	3	3	2	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4
40	4	3	3	3	3	2	5	5	5	3	3	4	5	5	4	4
41	4	3	4	4	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5
42	5	3	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	4	2	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	3	1	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
45	5	3	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
46	3	3	3	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4
47	3	3	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4
48	4	2	3	2	3	4	5	5	5	3	2	3	5	5	5	5
49	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3
50	4	4	3	3	3	3	5	5	5	3	3	4	5	4	4	4
51	5	4	3	5	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
52	4	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
53	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
54	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4
55	3	3	4	2	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3
56	5	5	4	4	3	2	5	4	4	3	3	3	5	5	4	3
57	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5
58	4	2	3	2	3	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4
59	4	3	3	3	4	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5
60	4	3	3	4	5	2	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4
61	3	3	2	3	3	3	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4
62	3	3	3	4	3	3	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5
63	3	4	3	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4
64	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	1	4	5
65	4	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
66	5	2	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
67	5	2	4	3	2	3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
68	5	2	3	5	4	2	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
69	2	1	3	2	2	1	5	5	5	4	3	4	5	4	4	5
70	4	5	5	3	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
71	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
72	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
73	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5

74	3	3	4	2	2	3	5	5	5	3	4	4	5	4	3	4
75	3	4	2	3	2	3	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3
76	3	3	2	1	2	4	5	5	4	3	2	3	5	5	5	4
77	4	4	3	2	3	3	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
78	3	4	3	2	4	3	5	5	5	4	3	3	5	5	4	5
79	4	4	3	3	3	5	5	5	5	3	3	4	5	4	4	4
80	5	5	3	3	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
81	4	3	3	2	3	2	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3
82	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	2	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3
84	3	4	3	3	2	4	5	5	5	3	4	3	5	4	4	3
85	3	4	3	3	3	3	5	5	5	3	4	3	5	4	4	3
86	4	2	3	2	3	3	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
87	4	2	3	2	2	2	5	5	5	3	3	5	4	4	5	5
88	4	2	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3
89	4	3	4	3	3	3	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4
90	5	5	3	3	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
91	4	3	5	3	3	2	4	5	5	5	4	4	4	5	3	4
92	5	5	5	5	4	5	5	5	2	3	5	5	5	4	3	4
93	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5
94	3	3	3	2	3	2	5	5	5	3	4	3	4	5	4	4
95	3	3	3	2	3	2	5	5	5	2	4	5	5	5	4	4
96	4	3	3	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
97	4	3	3	1	4	2	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5
98	4	4	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5
99	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5
100	4	4	3	4	4	3	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5
101	4	4	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
102	3	3	3	1	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4
103	4	4	3	3	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
104	4	3	3	3	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
105	3	3	3	2	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5
106	4	4	3	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5
107	4	2	3	2	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
108	5	4	3	3	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
109	4	3	5	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
110	4	5	3	2	3	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5
111	4	4	3	3	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3
112	4	3	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3
114	4	5	4	5	5	3	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4
115	4	3	3	2	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3
116	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
117	4	4	3	3	5	2	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5
118	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5

119	3	2	3	2	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4
120	4	3	4	5	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
121	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
122	5	4	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
123	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
124	4	5	4	3	3	3	4	4	2	5	5	5	3	5	5	3
125	4	3	3	3	3	2	5	5	5	3	3	4	5	5	4	4
126	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4
127	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
128	3	4	5	3	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5
129	4	3	2	2	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4
130	3	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	5	3	4
131	4	2	4	3	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
132	3	4	5	4	3	2	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4
133	2	3	3	4	3	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	3
134	4	2	5	4	3	3	5	5	5	3	4	4	4	5	4	3
135	4	4	5	4	3	3	5	4	5	3	4	5	4	5	3	3
136	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4
137	4	5	3	4	3	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4
138	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
139	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
140	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
141	2	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	3	3
142	5	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
143	3	4	3	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
144	4	3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
145	3	2	4	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4
146	4	3	3	3	2	2	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4
147	4	3	4	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4
148	5	4	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4
149	3	3	2	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
150	3	4	3	5	3	3	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4
151	3	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
152	2	3	2	4	3	3	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4
153	4	3	3	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
154	4	3	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
155	3	4	3	3	4	4	5	5	5	3	5	3	5	5	3	3
156	3	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5
157	3	3	2	3	3	3	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4
158	3	4	2	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	3	4
159	4	5	2	4	4	3	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4
160	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	3	3
161	3	4	3	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4
162	4	5	3	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
163	4	3	3	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5

164	4	2	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
165	4	2	4	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3
166	2	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5
167	3	4	3	3	4	2	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4
168	2	3	5	4	5	3	5	4	5	3	3	4	5	4	2	5
169	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3
170	5	3	2	4	4	5	2	4	3	3	4	2	5	4	4	3
171	3	2	3	3	4	2	4	4	4	5	3	4	3	4	3	3
172	5	4	5	3	4	4	2	5	4	4	4	4	5	3	4	5
173	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	3	3
174	2	4	1	3	2	3	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4
175	5	5	4	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
176	2	3	3	4	2	2	3	4	5	5	5	3	4	5	4	5
177	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3
178	3	3	3	4	3	4	4	4	3	5	3	4	4	5	3	3
179	3	2	4	5	1	3	2	2	5	3	3	5	4	2	5	2
180	3	2	2	3	4	3	3	4	4	3	5	3	4	2	3	4
181	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
182	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4
183	5	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4
184	3	3	5	3	5	5	4	5	4	3	5	3	4	4	5	3
185	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3
186	2	3	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	4	3	4
187	5	2	5	5	5	4	2	4	5	5	4	4	5	4	4	2
188	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	3	3
189	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
190	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
191	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	2	2	2
192	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3
193	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
194	5	4	5	5	5	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3
195	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
196	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
197	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3
198	1	2	2	3	2	1	3	4	4	5	2	5	1	2	2	2
199	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4
200	4	3	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
201	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4
202	5	5	4	2	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
203	3	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4
204	4	5	4	4	3	5	3	4	4	4	5	4	3	3	4	5
205	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
206	3	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
207	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
208	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4

Var.	Literasi Keuangan (X3)						Teman Sebaya (X4)							
Ind.	PDK		PTI		PKU		STB		ITS		TSTB		TSP	
Item	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8
1	5	2	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5
2	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3
3	4	4	3	5	4	2	4	4	3	4	4	3	3	5
4	3	3	5	4	3	1	5	5	5	5	5	5	3	5
5	3	4	5	5	5	1	4	4	4	4	4	4	3	3
6	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	4	3	3	2	3	4	3	5	3	4	2	3	1
8	1	2	2	5	5	2	2	2	4	4	1	2	2	2
9	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	2	4
10	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
11	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	2	5
12	3	4	4	3	4	1	2	4	3	3	1	3	1	1
13	3	2	3	1	3	3	5	5	5	5	3	1	4	5
14	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	2	3
15	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
16	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	3	3	4	2	5	5	3	4	3	3	3	1
18	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5
19	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	3	5
20	4	5	3	2	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5
21	3	3	3	2	5	1	3	4	4	5	5	3	3	2
22	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
23	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
24	3	3	3	2	3	2	5	5	5	5	5	3	3	3
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5
27	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	3	2	3
28	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	5
29	3	3	4	2	2	4	4	3	3	4	4	3	2	4
30	4	3	4	1	2	4	3	3	4	3	3	2	2	3
31	3	4	4	3	2	4	5	3	3	2	3	2	4	5
32	2	3	3	1	2	4	3	3	4	3	5	2	4	4
33	3	5	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	4
34	3	3	4	3	3	3	5	5	4	2	3	1	4	4
35	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3
36	3	3	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4
37	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3
38	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	2	4	3
39	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	4
40	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3
41	5	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	3

42	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	3
43	4	5	5	5	4	1	4	5	4	4	5	3	2	3
44	4	5	5	5	2	5	4	5	5	5	3	3	2	4
45	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	4	3	2	4
46	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3
47	3	3	5	5	4	2	4	4	4	4	5	4	2	4
48	4	4	3	4	3	2	4	4	5	5	3	3	3	4
49	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	3	3	1	1
50	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3
51	5	3	5	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5
52	3	4	4	5	3	4	3	4	3	2	4	3	3	5
53	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5
54	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2
55	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4
56	4	4	5	5	2	5	3	3	3	3	3	3	4	4
57	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
58	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5	3	1	1	3
59	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4
60	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3
61	3	3	2	5	2	2	3	3	3	3	3	3	2	1
62	4	5	3	3	4	4	5	5	4	3	3	3	5	5
63	3	3	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	3	3
64	5	4	5	4	4	4	3	3	2	4	5	1	3	3
65	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3
66	1	3	2	2	1	3	5	4	5	5	5	1	2	3
67	1	3	2	2	2	3	5	4	5	5	5	1	2	3
68	4	3	1	2	5	3	5	5	5	5	5	1	3	3
69	3	3	1	2	5	4	5	3	5	5	5	1	1	3
70	2	3	5	1	1	5	5	4	5	5	5	1	3	5
71	3	5	3	5	3	4	3	4	4	4	5	5	3	4
72	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4
73	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4
74	3	3	4	3	3	3	4	4	5	5	5	4	2	3
75	3	2	4	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3
76	3	3	3	2	4	1	4	2	4	4	4	2	4	4
77	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3
78	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	5	3	3
79	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
80	4	3	5	4	3	3	5	5	4	4	4	3	3	5
81	2	5	2	2	3	2	3	3	3	3	5	2	5	2
82	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
83	3	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3
84	3	3	2	2	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2
85	3	4	4	2	4	2	3	5	4	4	3	3	3	3
86	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4

87	3	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	3
88	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4
89	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2
90	3	3	3	2	4	2	5	5	5	5	4	4	2	3
91	3	3	3	4	5	3	5	5	3	2	5	5	3	5
92	5	5	3	2	5	4	5	4	4	3	3	4	5	2
93	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4
94	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4
95	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4
96	4	4	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	3	3
97	3	4	4	2	5	2	4	4	4	4	3	4	3	4
98	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
99	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	3	3	4	5
100	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5
101	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
102	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3
103	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3
104	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2
105	4	4	4	3	3	2	3	4	5	5	4	4	3	4
106	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3
107	3	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	3	3
108	4	4	3	3	5	2	3	3	4	4	3	3	4	5
109	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	2
110	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
111	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4
112	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
113	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
114	3	2	3	2	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3
115	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3
116	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
117	4	3	3	2	5	3	3	3	3	3	4	2	2	4
118	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
119	4	4	4	3	5	5	5	3	3	3	3	3	5	4
120	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	3	3	5	5
121	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4
122	5	4	3	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4	5
123	3	3	5	5	3	4	5	5	4	3	4	5	2	2
124	4	3	4	3	5	5	5	3	4	4	4	4	3	3
125	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3
126	4	4	4	3	2	3	4	5	3	4	4	4	5	4
127	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4
128	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	5
129	3	4	5	4	3	4	4	2	4	4	5	4	3	3
130	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3
131	4	4	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	2	4

132	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5
133	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
134	4	5	5	2	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5
135	3	3	4	2	1	4	5	4	4	3	4	5	4	4
136	4	4	5	2	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3
137	4	3	5	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
138	3	4	4	2	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4
139	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4
140	3	4	5	2	2	3	4	3	3	4	4	5	5	4
141	3	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
142	4	4	5	2	3	3	4	5	4	5	3	4	4	4
143	3	4	5	2	3	5	3	4	3	4	4	4	4	3
144	4	4	4	1	4	3	3	4	3	5	4	4	3	3
145	4	3	5	2	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3
146	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
147	2	4	5	3	3	3	4	4	5	5	4	3	2	4
148	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	2	3
149	3	3	5	3	4	4	5	4	5	4	4	3	2	3
150	2	2	2	1	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
151	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	2	4
152	1	2	2	2	4	2	3	3	4	4	2	2	3	3
153	3	3	4	2	4	4	5	5	5	4	4	3	2	4
154	3	5	5	4	2	4	4	4	5	5	5	4	2	4
155	3	3	3	2	5	2	3	4	4	4	3	4	2	3
156	2	2	3	3	5	2	3	3	4	4	3	4	3	3
157	2	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2
158	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
159	3	4	4	2	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4
160	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
161	3	4	4	1	2	4	3	5	3	4	4	4	2	3
162	3	3	4	3	3	5	3	5	4	4	3	4	3	3
163	3	3	4	2	3	5	3	5	3	4	4	4	3	4
164	3	3	5	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3
165	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4
166	4	3	5	5	3	4	3	2	2	2	4	4	5	2
167	2	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3
168	2	3	5	4	4	4	3	2	5	2	4	3	3	4
169	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2
170	3	4	5	4	2	4	5	4	4	5	4	3	5	5
171	3	3	3	4	3	3	4	4	5	3	3	4	4	3
172	4	4	2	5	2	5	4	3	5	4	3	3	3	3
173	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	1
174	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3
175	4	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5
176	2	5	2	4	4	3	4	2	2	5	3	4	2	2

177	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	1
178	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3
179	3	4	4	4	1	4	2	5	4	5	3	4	3	2
180	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3
181	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4
182	3	5	5	4	3	5	5	3	5	5	5	4	5	4
183	4	3	5	3	4	5	3	4	3	2	2	2	4	3
184	3	5	3	4	4	5	2	2	2	2	5	4	3	2
185	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	1	1
186	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	2	4
187	3	3	4	4	5	5	3	3	3	4	3	2	4	2
188	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	1	1
189	4	4	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	5	3
190	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5
191	4	5	4	4	3	4	2	5	5	4	3	3	4	2
192	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4
193	4	3	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4
194	5	4	5	4	4	5	2	4	3	4	3	4	3	3
195	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
196	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5
197	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	2
198	4	4	4	5	4	4	2	2	5	5	2	5	4	5
199	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
200	3	3	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4
201	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	3	4
202	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4
203	3	5	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	3
204	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	3	4	5	4
205	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5
206	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
207	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	2	2	4	4
208	5	4	4	5	4	5	5	5	3	5	4	3	4	5

Var.	Perilaku Konsumsi (Y)							
Ind.	PK		MPE		HP		MK	
Item	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
1	5	5	5	4	5	3	3	4
2	4	5	5	4	5	5	4	5
3	5	5	5	4	4	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	4	1	3	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	5	5	5	3	5	4	4
8	5	4	5	4	1	3	4	2
9	4	4	4	4	4	3	4	4
10	4	4	4	3	4	3	4	4
11	5	5	1	4	5	4	5	5
12	3	4	4	4	5	5	3	3
13	1	3	5	2	5	5	3	3
14	4	4	5	5	5	5	5	4
15	3	5	5	5	5	5	5	5
16	2	2	4	3	3	4	4	3
17	5	5	5	4	4	4	3	3
18	5	5	5	4	4	5	5	4
19	5	3	5	4	5	5	5	5
20	3	5	5	4	5	5	5	5
21	3	5	4	4	4	5	3	3
22	3	4	2	3	4	4	4	4
23	4	4	4	4	5	4	4	4
24	5	5	5	3	3	3	3	3
25	1	5	5	5	5	5	2	4
26	4	5	5	4	5	4	5	5
27	4	4	4	4	5	5	4	3
28	4	3	5	5	4	3	3	4
29	4	4	3	3	3	4	4	4
30	4	3	3	4	4	3	3	3
31	3	3	3	3	4	3	3	4
32	3	2	3	4	4	5	3	3
33	4	3	5	4	4	4	4	4
34	3	3	3	3	4	3	3	4
35	3	2	5	3	3	2	3	5
36	4	3	2	4	2	3	5	4
37	4	3	3	4	4	3	3	3
38	3	3	2	3	4	3	3	3
39	4	4	5	4	4	3	4	4
40	3	3	4	3	4	4	3	3
41	4	5	3	5	5	3	5	5

42	5	3	3	5	5	3	3	3
43	4	4	3	5	5	5	5	3
44	3	4	4	4	5	4	5	5
45	4	4	4	3	5	5	5	5
46	4	4	2	2	5	3	3	3
47	4	5	4	3	4	5	4	4
48	4	4	3	4	5	5	5	5
49	5	5	4	4	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4	4	3	4
51	3	5	4	5	3	3	4	5
52	5	5	4	3	4	4	5	5
53	5	5	3	5	5	5	4	5
54	3	3	3	5	5	5	5	5
55	3	3	4	3	3	3	4	3
56	5	2	2	3	3	2	2	3
57	4	4	4	3	3	3	3	4
58	4	5	3	4	4	3	4	5
59	3	4	3	3	4	3	3	4
60	4	4	4	4	3	3	3	4
61	3	3	1	3	3	5	3	3
62	5	3	4	4	4	4	3	5
63	5	5	3	3	3	3	3	5
64	4	4	5	3	3	5	2	3
65	4	5	4	3	3	3	4	4
66	5	4	5	5	3	5	5	5
67	5	3	5	5	4	3	5	5
68	1	1	5	5	5	3	5	5
69	1	5	1	5	5	1	5	5
70	5	5	1	5	3	1	5	5
71	3	3	4	5	3	3	4	5
72	5	4	5	4	5	4	5	4
73	5	4	5	4	5	4	5	4
74	4	4	4	3	3	3	3	4
75	4	4	3	3	4	3	4	4
76	5	5	5	4	5	5	5	5
77	4	4	3	3	4	4	4	4
78	3	3	4	4	5	3	3	4
79	4	4	3	3	3	4	3	4
80	4	4	3	4	4	4	5	3
81	3	3	3	3	5	3	4	3
82	3	4	4	3	4	3	4	5
83	4	3	4	3	4	4	3	3
84	4	4	4	3	4	3	3	2
85	4	4	5	3	5	3	3	3
86	4	5	3	4	4	4	4	4

87	3	4	3	3	4	3	3	3
88	4	4	4	4	4	3	4	4
89	3	4	4	4	5	4	3	3
90	5	5	5	4	5	5	5	5
91	4	4	3	2	3	3	4	4
92	3	3	3	4	5	4	3	2
93	4	4	5	5	3	4	2	3
94	3	3	4	3	3	4	3	3
95	3	3	4	3	4	4	3	3
96	4	4	4	3	3	3	5	5
97	4	4	4	3	5	5	4	4
98	4	4	4	3	4	5	3	3
99	5	5	4	3	3	3	5	4
100	5	4	4	3	3	4	4	5
101	4	4	5	3	5	5	4	5
102	4	3	3	4	3	3	3	4
103	4	4	4	4	5	5	4	4
104	4	4	3	4	4	3	4	4
105	4	3	4	4	4	4	4	5
106	4	4	4	4	4	3	3	4
107	3	4	4	3	5	5	5	4
108	4	4	4	3	4	5	5	5
109	2	5	5	5	5	4	4	5
110	3	3	4	3	3	3	4	4
111	4	3	3	5	5	5	4	5
112	3	4	4	3	4	4	4	4
113	2	3	3	3	3	3	3	4
114	5	4	3	3	4	4	4	4
115	4	5	4	4	4	3	3	5
116	5	4	4	4	4	4	5	3
117	3	5	3	5	5	4	4	3
118	4	3	4	4	3	4	3	4
119	4	4	4	3	4	3	4	3
120	5	5	5	5	4	4	5	2
121	5	4	3	3	4	5	4	3
122	4	5	4	5	4	5	4	4
123	4	4	3	4	3	4	5	5
124	5	3	4	4	4	3	3	4
125	3	3	4	3	4	4	3	3
126	5	4	4	4	3	4	3	4
127	4	4	4	3	5	2	4	2
128	4	4	5	5	4	4	4	3
129	3	4	4	3	4	4	5	3
130	5	4	4	3	4	4	4	4
131	4	5	5	4	4	3	3	4

132	4	4	5	4	4	4	3	4
133	5	4	4	4	2	3	4	4
134	5	5	4	4	2	3	3	3
135	3	4	4	4	3	3	3	2
136	4	5	4	3	3	4	5	4
137	3	3	4	4	3	2	4	4
138	4	4	5	4	4	5	3	4
139	3	4	5	3	4	3	4	3
140	4	4	4	3	3	4	4	4
141	3	3	4	4	5	4	4	3
142	5	4	4	3	4	4	3	4
143	4	4	4	3	4	4	3	4
144	5	4	3	4	2	3	4	3
145	5	4	3	4	4	3	3	4
146	2	3	3	4	4	4	3	3
147	4	3	5	5	4	5	3	4
148	3	4	5	4	4	5	3	4
149	2	3	3	3	2	3	3	3
150	2	3	2	2	3	3	2	3
151	4	3	3	4	5	3	3	4
152	2	2	3	2	3	3	2	3
153	3	4	5	3	4	5	3	4
154	4	4	4	5	4	5	4	4
155	3	3	2	3	3	3	2	3
156	2	3	3	3	4	3	2	3
157	2	3	3	2	3	3	2	3
158	3	3	2	3	3	3	3	4
159	4	4	3	4	2	3	4	3
160	4	4	5	4	4	4	3	3
161	4	4	5	3	3	4	3	4
162	4	3	5	4	4	4	4	5
163	5	3	4	4	3	4	4	4
164	4	4	5	4	3	4	4	4
165	4	3	5	4	4	4	5	5
166	4	5	3	3	4	5	2	2
167	5	3	2	3	4	3	2	4
168	2	4	2	4	3	2	3	2
169	5	5	5	3	5	4	5	5
170	4	4	4	4	5	4	5	4
171	4	4	3	4	3	4	5	3
172	5	4	2	3	3	4	2	2
173	5	5	4	3	5	4	4	4
174	5	3	1	3	3	4	3	5
175	5	5	4	5	4	4	5	5
176	2	3	5	2	5	3	4	2

177	5	5	5	4	5	5	4	4
178	5	4	2	3	4	3	3	3
179	3	2	4	3	5	5	2	2
180	3	4	3	4	2	5	3	4
181	4	3	4	4	3	5	4	4
182	5	4	5	4	5	4	5	5
183	3	3	2	3	3	4	3	4
184	2	2	2	4	4	5	5	2
185	5	5	5	4	5	5	4	5
186	2	3	4	2	3	4	4	3
187	2	2	1	3	5	4	2	2
188	5	5	4	4	4	5	4	4
189	4	4	5	4	4	5	5	3
190	2	3	4	3	4	4	4	3
191	2	2	3	5	3	5	2	2
192	5	5	4	4	3	4	4	4
193	4	5	3	5	5	5	4	5
194	4	3	4	3	4	3	4	3
195	4	3	5	5	5	5	4	4
196	4	5	4	5	4	5	3	5
197	5	5	4	4	5	3	4	5
198	4	4	5	3	4	4	4	4
199	5	5	3	3	5	5	5	4
200	4	4	5	4	5	5	4	4
201	4	5	5	5	4	3	4	4
202	5	5	5	5	4	5	3	4
203	4	4	4	5	4	4	4	5
204	3	3	5	3	4	4	4	4
205	4	4	4	4	3	4	4	4
206	5	4	5	5	5	4	4	5
207	4	4	4	5	4	3	5	5
208	5	4	5	4	4	3	3	4

variabel	indikator	Item	jawaban responden										rata-rata skor	skor variabel
			STS		TS		N		S		SS			
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
X1	MB	X1.1	2	1,0	10	4,81	50	24	91	43,8	55	26,4	3,9	3,6
		X1.2	3	1,4	26	12,5	73	35,1	72	34,6	34	16,3	3,52	
	KWL	X1.3	2	1,0	17	8,17	90	43,3	66	31,7	33	15,9	3,53	
		X1.4	5	2,4	26	12,5	77	37	70	33,7	30	14,4	3,45	
	MB	X1.5	2	1,0	16	7,69	70	33,7	92	44,2	28	13,5	3,62	
		X1.6	3	1,4	26	12,5	74	35,6	62	29,8	43	20,7	3,56	
X2	KE	X2.1	0	0,0	6	2,88	9	4,33	26	12,5	167	80,3	4,7	4,35
		X2.2	0	0,0	2	0,96	6	2,88	38	18,3	162	77,9	4,73	
	PA	X2.3	0	0,0	3	1,44	10	4,81	29	13,9	166	79,8	4,72	
		X2.4	0	0,0	1	0,48	66	31,7	89	42,8	52	25	3,92	
	PLM	X2.5	1	0,5	3	1,44	41	19,7	108	51,9	55	26,4	4,02	
		X2.6	0	0,0	1	0,48	24	11,5	108	51,9	75	36,1	4,24	
	PEA	X2.7	1	0,5	1	0,48	12	5,77	56	26,9	138	66,3	4,58	
		X2.8	1	0,5	4	1,92	11	5,29	90	43,3	102	49	4,38	
	PML	X2.9	0	0,0	3	1,44	39	18,8	96	46,2	70	33,7	4,12	
		X2.10	0	0,0	4	1,92	40	19,2	92	44,2	72	34,6	4,12	
X3	PDK	X3.1	4	1,9	15	7,21	92	44,2	81	38,9	16	7,69	3,43	3,55
		X3.2	0	0,0	12	5,77	77	37	90	43,3	29	13,9	3,65	
	PTI	X3.3	2	1,0	13	6,25	57	27,4	83	39,9	53	25,5	3,83	
		X3.4	7	3,4	42	20,2	56	26,9	65	31,3	38	18,3	3,41	
	PKU	X3.5	4	1,9	19	9,13	69	33,2	79	38	37	17,8	3,61	
		X3.6	6	2,9	31	14,9	77	37	62	29,8	32	15,4	3,4	
X4	STB	X4.1	0	0,0	9	4,33	56	26,9	88	42,3	55	26,4	3,91	3,68
		X4.2	0	0,0	8	3,85	55	26,4	95	45,7	50	24	3,9	
	ITS	X4.3	0	0,0	5	2,4	53	25,5	103	49,5	47	22,6	3,92	
		X4.4	0	0,0	8	3,85	54	26	92	44,2	54	26	3,92	
	TSTB	X4.5	2	1,0	9	4,33	69	33,2	90	43,3	38	18,3	3,74	
		X4.6	9	4,3	20	9,62	80	38,5	76	36,5	23	11,1	3,4	
	TSP	X4.7	7	3,4	44	21,2	81	38,9	54	26	22	10,6	3,19	
		X4.8	9	4,3	21	10,1	77	37	67	32,2	34	16,3	3,46	
Y	PKU	Y.1	4	1,9	16	7,69	44	21,2	88	42,3	56	26,9	3,85	3,83
		Y.2	1	0,5	9	4,33	56	26,9	90	43,3	52	25	3,88	
	MPE	Y.3	6	2,9	15	7,21	47	22,6	80	38,5	60	28,8	3,83	
		Y.4	0	0,0	8	3,85	77	37	86	41,3	37	17,8	3,73	
	HP	Y.5	2	1,0	7	3,37	53	25,5	86	41,3	60	28,8	3,94	
		Y.6	2	1,0	5	2,4	72	34,6	72	34,6	57	27,4	3,85	
	MK	Y.7	0	0,0	15	7,21	69	33,2	78	37,5	46	22,1	3,75	
		Y.8	0	0,0	14	6,73	55	26,4	88	42,3	51	24,5	3,85	

**d. LAMPIRAN 4**

**- Validitas Konvergen**

Variabel	Item	Indikator	Item
Gaya Hidup (X1)	MB1	Membeli atau belanja.	MB1
	MB2		MB2
	KWL1	Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang	KWL1
	KWL2		KW.2
	M1	Minat	M1
	M2		M2
Religiusitas (X2)	KE1	Keyakinan	KE1
	KE2		KE2
	PA1	Praktik Agama	PA1
	PA2		PA2
	PLM1	Pengalaman	PLM1
	PLM2		PLM2
	PEA1	Pengetahuan Agama	PEA1
	PEA2		PEA2
	PML1	Pengamalan	PML1
	PML2		PML2
Literasi Keuangan (X3)	PDK1	Pengetahuan dasar keuangan	PDK1
	PDK2		PDK2
	PTI1	Pengelolaan tabungan dan investasi	PTI1
	PTI2		PTI2
	PKU1	Perilaku keuangan	PKU1
	PKU2		PKU2
Teman Sebaya (X4)	STB1	Support teman sebaya	STB1
	STB2		STB2
	ITS1	Interaksi dalam teman sebaya	ITS1
	ITS2		ITS2
	TSTB1	Teman sebaya sebagai teman belajar	TSTB1
	TSTB2		TSTB2
	TSP1	Teman sebaya memberikan pengaruh	TSP1
	TSP2		TSP2
Perilaku Konsumsi (Y)	PK1	Pemenuhan kebutuhan	PK1
	PK2		PK2
	MPE1	Menerapkan prinsip ekonomi	MPE1
	MPE2		MPE2
	HP1	Harga Produk	HP1
	HP2		HP2
	MK1	Motif konsumsi	MK1
	MK2		MK2

**Hasil Outer Loading – Matrix**

	HP	ITS	KE	KWL	M	MB	MK	MPE	PA	PDK	PEA	PK	PKU	PLM	PML	PTI	STB	TSP	TSTB
HP1	0.818																		
HP1																			
HP2	0.817																		
HP2																			
ITS1																			
ITS1		0.865																	
ITS2																			
ITS2		0.827																	
KE1			0.902																
KE1																			
KE2			0.912																
KE2																			
KWL1				0.820															
KWL1																			
KWL2				0.794															
KWL2																			
M1					0.842														
M1																			
M2					0.786														
M2																			
MB1																			
MB1						0.858													
MB2																			
MB2						0.792													
MK1							0.859												
MK1																			

MK2																			
MK2							0.851												
MPE1																			
MPE1							0.749												
MPE2																			
MPE2							0.810												
PA1								1.000											
PA1																			
PDK1									0.862										
PDK1																			
PDK2																			
PDK2									0.842										
PEA1										0.814									
PEA1																			
PEA2																			
PEA2										0.776									
PK1											0.823								
PK1																			
PK2																			
PK2											0.882								
PKU2																			
PKU2												1.000							
PLM1													0.721						
PLM1																			
PLM2																			
PLM2													0.856						
PML1														0.875					
PML1																			







	Outer loadings
HP1 <- HP	0.818
HP2 <- HP	0.817
ITS1 <- ITS	0.865
ITS2 <- ITS	0.827
KE1 <- KE	0.902
KE2 <- KE	0.912
KWL1 <- KWL	0.820
KWL2 <- KWL	0.794
M1 <- M	0.842
M2 <- M	0.786
MB1 <- MB	0.858
MB2 <- MB	0.792
MK1 <- MK	0.859
MK2 <- MK	0.851
MPE1 <- MPE	0.749
MPE2 <- MPE	0.810
PA1 <- PA	1.000
PDK1 <- PDK	0.862
PDK2 <- PDK	0.842
PEA1 <- PEA	0.814
PEA2 <- PEA	0.776
PK1 <- PK	0.823
PK2 <- PK	0.882
PKU2 <- PKU	1.000
PLM1 <- PLM	0.721
PLM2 <- PLM	0.856
PML1 <- PML	0.875
PML2 <- PML	0.895
PTI1 <- PTI	0.830
PTI2 <- PTI	0.787
STB1 <- STB	0.875
STB2 <- STB	0.812
TSP2 <- TSP	1.000
TSTB1 <- TSTB	1.000

**Construct reliability and validity**

- **Nilai AVE (Average Variance Extracted)**
- **Nilai Composite Reliability**

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
HP	0.504	0.504	0.801	0.669
ITS	0.606	0.611	0.835	0.717
KE	0.784	0.785	0.902	0.822
KWL	0.464	0.465	0.789	0.651
M	0.493	0.499	0.797	0.663
MB	0.535	0.546	0.810	0.682
MK	0.634	0.634	0.845	0.732
MPE	0.358	0.361	0.756	0.608
PDK	0.623	0.624	0.841	0.726
PEA	0.420	0.421	0.775	0.633
PK	0.627	0.641	0.842	0.727
PLM	0.412	0.433	0.769	0.627
PML	0.725	0.728	0.879	0.784
PTI	0.472	0.475	0.791	0.654
STB	0.601	0.614	0.832	0.713

- *Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)*

	HP	ITS	KE	KWL	M	MB	MK	MPE	PA	PDK	PEA	PK	PKU	PLM	PML	PTI	STB	TSP	TSTB
HP1	0.818	0.234	0.175	-0.005	0.023	0.120	0.257	0.263	0.012	0.240	0.126	0.073	-0.010	0.083	0.173	0.108	0.233	-0.005	0.142
HP1	0.818	0.234	0.175	-0.005	0.023	0.120	0.257	0.263	0.012	0.240	0.126	0.073	-0.010	0.083	0.173	0.108	0.233	-0.005	0.142
HP2	0.817	0.074	0.027	0.041	0.121	0.236	0.161	0.307	0.029	0.201	-0.051	0.152	-0.095	0.132	0.188	0.145	0.113	-0.014	0.167
HP2	0.817	0.074	0.027	0.041	0.121	0.236	0.161	0.307	0.029	0.201	-0.051	0.152	-0.095	0.132	0.188	0.145	0.113	-0.014	0.167
ITS1	0.167	0.865	0.084	-0.013	-0.020	0.049	0.278	0.253	-0.005	0.043	0.070	0.168	0.059	0.220	0.164	0.103	0.459	0.165	0.248
ITS1	0.167	0.865	0.084	-0.013	-0.020	0.049	0.278	0.253	-0.005	0.043	0.070	0.168	0.059	0.220	0.164	0.103	0.459	0.165	0.248
ITS2	0.151	0.827	0.030	0.059	0.122	0.076	0.233	0.322	0.034	0.191	0.091	0.226	0.061	0.207	0.272	0.105	0.346	0.153	0.230
ITS2	0.151	0.827	0.030	0.059	0.122	0.076	0.233	0.322	0.034	0.191	0.091	0.226	0.061	0.207	0.272	0.105	0.346	0.153	0.230
KE1	0.059	0.002	0.902	-0.155	0.013	0.120	0.162	0.158	0.427	-0.023	0.471	0.141	-0.155	0.199	0.227	-0.101	0.235	-0.003	0.139
KE1	0.059	0.002	0.902	-0.155	0.013	0.120	0.162	0.158	0.427	-0.023	0.471	0.141	-0.155	0.199	0.227	-0.101	0.235	-0.003	0.139
KE2	0.163	0.120	0.912	-0.029	0.001	0.228	0.196	0.164	0.450	0.082	0.475	0.105	-0.108	0.251	0.275	-0.119	0.231	0.066	0.166
KE2	0.163	0.120	0.912	-0.029	0.001	0.228	0.196	0.164	0.450	0.082	0.475	0.105	-0.108	0.251	0.275	-0.119	0.231	0.066	0.166
KWL1	0.108	0.007	-0.026	0.820	0.211	0.360	0.081	0.229	0.008	0.296	-0.015	0.222	0.288	0.248	0.043	0.212	0.216	0.047	0.170
KWL1	0.108	0.007	-0.026	0.820	0.211	0.360	0.081	0.229	0.008	0.296	-0.015	0.222	0.288	0.248	0.043	0.212	0.216	0.047	0.170
KWL2	-0.077	0.034	-0.138	0.794	0.313	0.235	-0.045	0.113	0.058	0.191	-0.014	0.074	0.299	0.249	-0.104	0.177	0.142	-0.017	0.088
KWL2	-0.077	0.034	-0.138	0.794	0.313	0.235	-0.045	0.113	0.058	0.191	-0.014	0.074	0.299	0.249	-0.104	0.177	0.142	-0.017	0.088
M1	0.016	-0.016	0.014	0.322	0.842	0.174	0.085	0.126	-0.067	0.192	-0.035	0.094	0.225	0.123	0.012	0.243	0.076	0.039	0.148
M1	0.016	-0.016	0.014	0.322	0.842	0.174	0.085	0.126	-0.067	0.192	-0.035	0.094	0.225	0.123	0.012	0.243	0.076	0.039	0.148
M2	0.136	0.116	-0.003	0.195	0.786	0.178	0.191	0.130	-0.122	0.286	0.044	0.260	0.223	0.119	0.072	0.368	0.117	-0.021	0.153
M2	0.136	0.116	-0.003	0.195	0.786	0.178	0.191	0.130	-0.122	0.286	0.044	0.260	0.223	0.119	0.072	0.368	0.117	-0.021	0.153
MB1	0.306	0.146	0.195	0.354	0.190	0.858	0.272	0.321	0.063	0.334	0.157	0.269	0.056	0.249	0.233	0.154	0.363	0.031	0.250
MB1	0.306	0.146	0.195	0.354	0.190	0.858	0.272	0.321	0.063	0.334	0.157	0.269	0.056	0.249	0.233	0.154	0.363	0.031	0.250
MB2	0.031	-0.041	0.119	0.252	0.166	0.792	0.030	0.012	-0.023	0.163	0.009	0.095	0.164	0.102	-0.001	0.170	0.130	0.055	0.021
MB2	0.031	-0.041	0.119	0.252	0.166	0.792	0.030	0.012	-0.023	0.163	0.009	0.095	0.164	0.102	-0.001	0.170	0.130	0.055	0.021

MK1	0.258	0.237	0.088	0.038	0.199	0.129	0.859	0.322	0.002	0.181	0.108	0.342	0.001	0.110	0.263	0.180	0.256	0.190	0.273
MK1	0.258	0.237	0.088	0.038	0.199	0.129	0.859	0.322	0.002	0.181	0.108	0.342	0.001	0.110	0.263	0.180	0.256	0.190	0.273
MK2	0.179	0.283	0.253	0.004	0.082	0.206	0.851	0.328	0.063	0.117	0.195	0.352	-0.034	0.165	0.276	0.124	0.391	0.216	0.228
MK2	0.179	0.283	0.253	0.004	0.082	0.206	0.851	0.328	0.063	0.117	0.195	0.352	-0.034	0.165	0.276	0.124	0.391	0.216	0.228
MPE1	0.321	0.229	0.108	0.126	0.010	0.172	0.230	0.749	0.048	0.197	0.023	0.222	0.037	0.188	0.202	0.022	0.253	0.154	0.077
MPE1	0.321	0.229	0.108	0.126	0.010	0.172	0.230	0.749	0.048	0.197	0.023	0.222	0.037	0.188	0.202	0.022	0.253	0.154	0.077
MPE2	0.229	0.293	0.166	0.204	0.222	0.168	0.357	0.810	0.023	0.315	0.115	0.257	0.116	0.270	0.205	0.205	0.297	0.160	0.269
MPE2	0.229	0.293	0.166	0.204	0.222	0.168	0.357	0.810	0.023	0.315	0.115	0.257	0.116	0.270	0.205	0.205	0.297	0.160	0.269
PA1	0.025	0.016	0.484	0.040	-0.113	0.028	0.038	0.044	1.000	-0.062	0.352	0.012	-0.183	0.150	0.224	-0.091	0.054	0.052	0.173
PA1	0.025	0.016	0.484	0.040	-0.113	0.028	0.038	0.044	1.000	-0.062	0.352	0.012	-0.183	0.150	0.224	-0.091	0.054	0.052	0.173
PDK1	0.211	0.094	0.091	0.315	0.266	0.363	0.130	0.270	-0.037	0.862	0.016	0.327	0.270	0.241	0.195	0.446	0.261	0.200	0.097
PDK1	0.211	0.094	0.091	0.315	0.266	0.363	0.130	0.270	-0.037	0.862	0.016	0.327	0.270	0.241	0.195	0.446	0.261	0.200	0.097
PDK2	0.250	0.135	-0.037	0.199	0.226	0.157	0.170	0.297	-0.070	0.842	-0.007	0.213	0.228	0.189	0.133	0.397	0.188	0.133	0.196
PDK2	0.250	0.135	-0.037	0.199	0.226	0.157	0.170	0.297	-0.070	0.842	-0.007	0.213	0.228	0.189	0.133	0.397	0.188	0.133	0.196
PEA1	0.049	0.057	0.449	-0.046	0.016	0.106	0.103	0.066	0.346	0.008	0.814	-0.029	-0.073	0.180	0.311	-0.117	0.185	0.065	0.043
PEA1	0.049	0.057	0.449	-0.046	0.016	0.106	0.103	0.066	0.346	0.008	0.814	-0.029	-0.073	0.180	0.311	-0.117	0.185	0.065	0.043
PEA2	0.024	0.096	0.379	0.020	-0.013	0.064	0.182	0.081	0.209	0.001	0.776	0.143	0.014	0.211	0.336	-0.020	0.245	0.165	0.153
PEA2	0.024	0.096	0.379	0.020	-0.013	0.064	0.182	0.081	0.209	0.001	0.776	0.143	0.014	0.211	0.336	-0.020	0.245	0.165	0.153
PK1	0.042	0.146	0.040	0.197	0.261	0.238	0.315	0.228	-0.088	0.258	0.013	0.823	0.043	0.166	0.078	0.254	0.273	0.131	0.145
PK1	0.042	0.146	0.040	0.197	0.261	0.238	0.315	0.228	-0.088	0.258	0.013	0.823	0.043	0.166	0.078	0.254	0.273	0.131	0.145
PK2	0.180	0.239	0.179	0.128	0.112	0.160	0.374	0.292	0.092	0.285	0.095	0.882	-0.079	0.149	0.226	0.206	0.291	0.098	0.232
PK2	0.180	0.239	0.179	0.128	0.112	0.160	0.374	0.292	0.092	0.285	0.095	0.882	-0.079	0.149	0.226	0.206	0.291	0.098	0.232
PKU2	-0.064	0.071	-0.144	0.363	0.274	0.127	-0.019	0.101	-0.183	0.293	-0.040	-0.027	1.000	0.218	-0.034	0.298	0.147	0.218	0.091
PKU2	-0.064	0.071	-0.144	0.363	0.274	0.127	-0.019	0.101	-0.183	0.293	-0.040	-0.027	1.000	0.218	-0.034	0.298	0.147	0.218	0.091
PLM1	0.053	0.166	0.149	0.213	0.258	0.204	0.099	0.199	0.066	0.181	0.217	0.048	0.210	0.721	0.160	0.168	0.288	0.067	0.239
PLM1	0.053	0.166	0.149	0.213	0.258	0.204	0.099	0.199	0.066	0.181	0.217	0.048	0.210	0.721	0.160	0.168	0.288	0.067	0.239
PLM2	0.143	0.228	0.236	0.270	0.015	0.153	0.150	0.265	0.160	0.218	0.179	0.220	0.147	0.856	0.296	0.135	0.343	0.159	0.216
PLM2	0.143	0.228	0.236	0.270	0.015	0.153	0.150	0.265	0.160	0.218	0.179	0.220	0.147	0.856	0.296	0.135	0.343	0.159	0.216

PML1	0.286	0.221	0.210	-0.010	0.065	0.161	0.291	0.284	0.123	0.220	0.373	0.183	-0.006	0.276	0.875	0.155	0.252	0.166	0.149
PML1	0.286	0.221	0.210	-0.010	0.065	0.161	0.291	0.284	0.123	0.220	0.373	0.183	-0.006	0.276	0.875	0.155	0.252	0.166	0.149
PML2	0.112	0.228	0.279	-0.051	0.024	0.110	0.268	0.182	0.267	0.128	0.348	0.147	-0.053	0.254	0.895	0.048	0.261	0.188	0.217
PML2	0.112	0.228	0.279	-0.051	0.024	0.110	0.268	0.182	0.267	0.128	0.348	0.147	-0.053	0.254	0.895	0.048	0.261	0.188	0.217
PTI1	0.060	0.100	-0.030	0.228	0.306	0.204	0.117	0.139	-0.017	0.391	0.030	0.247	0.346	0.233	0.062	0.830	0.198	0.256	0.166
PTI1	0.060	0.100	-0.030	0.228	0.306	0.204	0.117	0.139	-0.017	0.391	0.030	0.247	0.346	0.233	0.062	0.830	0.198	0.256	0.166
PTI2	0.198	0.099	-0.174	0.160	0.292	0.107	0.174	0.107	-0.136	0.412	-0.184	0.181	0.126	0.061	0.122	0.787	0.140	0.102	0.091
PTI2	0.198	0.099	-0.174	0.160	0.292	0.107	0.174	0.107	-0.136	0.412	-0.184	0.181	0.126	0.061	0.122	0.787	0.140	0.102	0.091
STB1	0.185	0.442	0.235	0.133	0.111	0.273	0.385	0.275	-0.021	0.193	0.216	0.303	0.152	0.338	0.296	0.183	0.875	0.264	0.391
STB1	0.185	0.442	0.235	0.133	0.111	0.273	0.385	0.275	-0.021	0.193	0.216	0.303	0.152	0.338	0.296	0.183	0.875	0.264	0.391
STB2	0.173	0.362	0.197	0.256	0.085	0.249	0.240	0.329	0.127	0.263	0.241	0.252	0.091	0.340	0.184	0.173	0.812	0.221	0.167
STB2	0.173	0.362	0.197	0.256	0.085	0.249	0.240	0.329	0.127	0.263	0.241	0.252	0.091	0.340	0.184	0.173	0.812	0.221	0.167
TSP2	-0.012	0.188	0.036	0.020	0.013	0.050	0.237	0.201	0.052	0.197	0.142	0.132	0.218	0.150	0.200	0.226	0.289	1.000	0.143
TSP2	-0.012	0.188	0.036	0.020	0.013	0.050	0.237	0.201	0.052	0.197	0.142	0.132	0.218	0.150	0.200	0.226	0.289	1.000	0.143
TSTB1	0.189	0.283	0.169	0.162	0.184	0.176	0.293	0.229	0.173	0.170	0.120	0.225	0.091	0.283	0.208	0.161	0.342	0.143	1.000
TSTB1	0.189	0.283	0.169	0.162	0.184	0.176	0.293	0.229	0.173	0.170	0.120	0.225	0.091	0.283	0.208	0.161	0.342	0.143	1.000

**e. LAMPIRAN 5**

**- Hasil Pengujian Pengaruh langsung**

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
Gaya Hidup (X1) -> KWL	0.782	0.787	0.038	20.743	0.000
Gaya Hidup (X1) -> M	0.673	0.658	0.081	8.287	0.000
Gaya Hidup (X1) -> MB	0.739	0.744	0.047	15.617	0.000
Gaya Hidup (X1) -> Perilaku Konsumsi (Y)	0.132	0.141	0.064	2.062	0.040
Literasi Keuangan (X3) -> PDK	0.856	0.858	0.024	36.372	0.000
Literasi Keuangan (X3) -> PKU	0.556	0.557	0.071	7.821	0.000
Literasi Keuangan (X3) -> PTI	0.822	0.819	0.030	27.633	0.000
Literasi Keuangan (X3) -> Perilaku Konsumsi (Y)	0.149	0.138	0.082	1.816	0.071
Perilaku Konsumsi (Y) -> HP	0.564	0.555	0.087	6.511	0.000
Perilaku Konsumsi (Y) -> MK	0.781	0.784	0.032	24.709	0.000
Perilaku Konsumsi (Y) -> MPE	0.721	0.722	0.046	15.611	0.000
Perilaku Konsumsi (Y) -> PK	0.692	0.694	0.061	11.400	0.000
Reigiusitas (X2) -> KE	0.800	0.798	0.034	23.183	0.000
Reigiusitas (X2) -> PA	0.602	0.597	0.073	8.288	0.000
Reigiusitas (X2) -> PEA	0.768	0.770	0.052	14.747	0.000
Reigiusitas (X2) -> PLM	0.510	0.530	0.069	7.362	0.000
Reigiusitas (X2) -> PML	0.670	0.673	0.045	14.953	0.000
Reigiusitas (X2) -> Perilaku Konsumsi (Y)	0.154	0.158	0.068	2.272	0.024
Teman Sebaya (X4) -> ITS	0.789	0.789	0.041	19.253	0.000
Teman Sebaya (X4) -> Perilaku Konsumsi (Y)	0.394	0.397	0.063	6.248	0.000
Teman Sebaya (X4) -> STB	0.844	0.845	0.026	32.936	0.000
Teman Sebaya (X4) -> TSP	0.459	0.467	0.081	5.660	0.000
Teman Sebaya (X4) -> TSTB	0.574	0.576	0.075	7.637	0.000