

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
MUSLIM (STUDI. MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

FITRI NOMIASARI
NIM 212 313 9102

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2019/1440 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Fitri Nomiasari, NIM 2123139102 dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)", Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

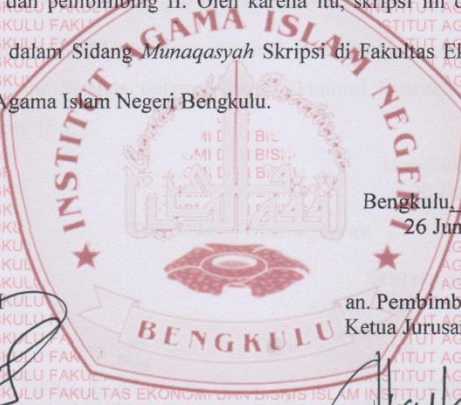
Bengkulu, 1 Februari 2019 M
26 Jumadil Awal 1440 H

Pembimbing I

an. Pembimbing II
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Dr. Toha Andiko, M.Ag
NIP. 197508272000031001

Desi Isnaini, M.A
NIP. 1974120220006042001





**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)" oleh Fitri Nomiasari NIM. 2123139102, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada

Hari: Jumat
Tanggal: 21 Juni 2019 M/17 Syawal 1440 H

Dinyatakan LULUS, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah, dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 23 Juli 2019 M
20 Dzulkaedah 1440 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Dra. Fatimah Yunus, M.A
NIP 19630319200032003

Yenti Sumarni, S.E, M.M
NIP 197904162007012020

Penguji I

Penguji II

Dr. Nurul Hak, M.A
NIP 196606161995031002

Yosy Arisandy, M.M
NIP 198508012014032001

**Mengetahui
Dekan**

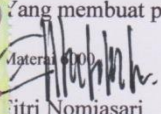
Dr. Asnani, M.A
NIP 197304121998032003


SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan Judul “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran saya sendiri dengan arahan tim pembimbing tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah yang saya sebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, _____ 2019 M
1440 H

Yang membuat pernyataan

Fitri Nomiasari
NIM. 212 313 9102



MOTTO

“Tiada keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan, dan saya percaya pada diri saya sendiri” (Muhammad Ali)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- + Bapakku Sukatno dan Ibuiku Suyatmi yang telah memberikan semangat dan doa untukku sedari lahirku sampai saat ini.*
- + Saudara kandungku, Nurulya Febrianti yang selalu memberikan warna pada setiap hariku yang penuh canda tawa*
- + Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), BEM-J Ekonomi Syariah, yang telah membesarkan namaku.*
- + Sahabat-sahabatku yang telah memberikan support selama ini Clara Audia, Reza Juwita Sari, Rulita Dwi Afrianti, Bunga Monica, Lobian Anggrianto, Yusuf Randi, Rori Oktriansyah*
- + Serta Almamter yang telah menempaku*

ABSTRAK

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)
Oleh Fitri Nomiasari, NIM 2123139102

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu 2. Berapa besar pengaruh gaya hidup terhadap perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa angket terhadap 86 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana.

Dari Hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen muslim. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2.585 > 1,988$, dengan besar pengaruh berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana adalah $Y = 0.638 + 0,790x + e_i$, artinya jika variabel X (Gaya Hidup) dalam keadaan Konstan atau 0, maka besar pengaruh terhadap Perilaku Konsumen Muslim adalah 0.638. β (Koefisien Regresi X) sebesar 0,790 artinya jika variabel gaya hidup mengalami peningkatan sebesar 1, maka besarnya pengaruh terhadap perilaku konsumen muslim akan naik sebesar 0,790.

Kata Kunci : *Gaya Hidup, Perilaku Konsumen Muslim*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)”.

Shalawat dan salam untuk Nabi Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapat petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun di akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajudin M, M.Ag.,M.H, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan kami semua kesempatan untuk menimba ilmu di IAIN Bengkulu
2. Dr. Asnaini, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang selalu mendukung dan memberi masukan baik langsung maupun tidak langsung demi kesuksesan kelancaran studi dan penelitian ini.

3. Desi Isnaini, M.A, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang telah memberikan inovasi dan saran demi kesuksesan kami.
4. Dr. Toha Andiko, M.Ag selaku pembimbing I dan Rini Elvira, S.E.,M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Bapak Sukatno dan Ibu Suyatmi, kedua orang tua yang selalu mendoakan membimbing dan memberikan semangat dan dorongan demi kelancaran skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengajarkan dan membimbing serta memberikan ilmu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi, oleh Karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Bengkulu, 23 Juli 2019 M
20 Dzulkaidah 1440 H

Penulis

Fitri Nomiasari
NIM. 212 313 9102

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Penelitian Terdahulu	9
F. Sistematika Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR	
A. Kajian Teori	14
1. Perilaku Konsumen	14
2. Perilaku Konsumen Muslim	15
a. Definisi perilaku konsumen muslim	15
b. Prinsip-Prinsip Perilaku Konsumen Muslim	16
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	23
3. Gaya Hidup	23
a. Definisi Gaya Hidup	23
b. Definisi Gaya Hidup Dalam Perspektif Islam	26
c. Indikator Gaya Hidup	27
d. Faktor-Faktor Gaya Hidup	33
e. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim	36
B. Kerangka Berfikir	36
C. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	39
C. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel	40

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
1. Sumber Data.....	42
2. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3. Instrumen Penelitian.....	43
E. Variabel dan Definisi Operasional	44
F. Teknik Analisa Instrumen Data	45
1. Uji Coba Instrumen Penelitian	45
2. Pengujian Kualitas Data.....	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reabilitas.....	46
c. Uji Normalitas	47
d. Uji Homogenitas	47
e. Uji Linearitas	47
3. Pengujian Hipotesis.....	48
a. Regresi Linear Sederhana	48
b. Uji –t	49
4. Koefisien Determinasi.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
1. Deskripsi Responden.....	50
2. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	51
a. Sejarah Berdirinya IAIN Bengkulu.....	51
b. Visi, Misi IAIN Bengkulu.....	52
c. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu...	53
B. Hasil Penelitian	61
1. Hasil Analisis Instrumen Data	61
a. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	61
2. Uji Kualitas Data.....	64
a. Uji Validitas	64
b. Uji Reliabilitas	65
c. Uji Normalitas	66
d. Uji Homogenitas	66
e. Uji Linearitas	67
3. Pengujian Hipotesis.....	68
a. Regresi Linear Sederhana	68
b. Uji – t	68
c. Koefisien Determinasi.....	69
C. Pembahasan.....	69
1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.....	70
2. Besar Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.....	71

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasionalisasi Konsep	33
Tabel 2.2 Kerangka Berfikir	37
Tabel 3.1 Jumlah Populasi Mahasiswa FEBI Semester IV dan VI.....	40
Tabel 3.2 Jumlah Sampel Mahasiswa FEBI Semester IV dan VI	41
Tabel 3.3 Skala Likert	43
Tabel 3.4 Alat Uji Reliabilitas Data	46
Tabel 3.5 Alat Uji Homogenitas Data.....	47
Tabel 3.6 Interval Koefisien.....	49
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jurusan	50
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.3 Pendapatan Responden	51
Tabel 4.4 Profil Lulusan Program Studi Ekonomi Syariah.....	58
Tabel 4.5 Profil Lulusan Program Studi Perbankan Syariah	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel X	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Y	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	65

Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Homogenitas.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas Data.....	67
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji - t.....	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Hasil Tabulasi Data Awal Penelitian	6
---	---

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	57
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya, aktivitas ekonomi berasal dari kebutuhan fisik manusia agar tetap *survive* dalam hidupnya. Adanya kebutuhan untuk mempertahankan hidup inilah yang memunculkan interaksi antara manusia dengan sesamanya. Dalam interaksi ini kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki sesuatu bisa muncul karena kebutuhan (*need*) ataupun keinginan (*want*).

Kebutuhan biasanya terkait dengan sesuatu yang harus dipenuhi agar sesuatu berfungsi dengan sempurna atau untuk kelangsungan hidupnya. Sedangkan keinginan merupakan sesuatu yang terkait dengan hasrat atau harapan untuk meningkatkan kesempurnaan. Kebutuhan dan keinginan merupakan suatu hal yang tidak bisa dipisahkan oleh setiap individu, kebutuhan akan diterjemahkan oleh keinginan mereka untuk dapat terpenuhi secara maksimal demi kelangsungan hidupnya. Dalam perspektif Islam kebutuhan tidak hanya untuk memenuhi sesuatu demi kelangsungan hidupnya secara maksimal saja, kebutuhan juga harus mempertimbangkan pada konsep *masalahah*. Pembahasan konsep *masalahah* pemenuhan kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian perilaku konsumen muslim.¹

¹ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 162

Perilaku konsumen dalam perspektif konvensional didefinisikan sebagai cara konsumen menggunakan sumberdaya untuk mendapatkan barang dan jasa demi memenuhi kepuasan.² Dalam Ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan *masalahah* yaitu terpenuhinya kebutuhan baik fisik maupun spiritual yang didasarkan kepada nilai-nilai syariah.³

Ekonomi Islam mengajarkan sesuatu yang berbeda yaitu keinginan tidak dapat dijadikan pendorong bagi perilaku konsumen, maka perlu sebuah alternatif yang dapat menjadi pedoman bagi perilaku konsumen muslim, yaitu apabila seorang muslim berorientasi akhirat dalam semua perbuatannya sebagai ekspresi kecintaan terhadap Allah SWT dan demi melipatgandakan balasan kebaikan yang pernah dilakukan, sehingga dalam mengonsumsi suatu komoditas bukan hanya manfaat saja yang harus diperoleh tetapi komoditas itu pula harus mengandung berkah. Berkah disini dimaksudkan bahwa tujuan konsumsi tidak hanya untuk memperoleh manfaat tetapi juga mengandung nilai ibadah. Sehingga Perilaku konsumen muslim merupakan aktivitas yang dilakukan oleh konsumen muslim untuk memperoleh manfaat dan berkah. Inilah yang membedakan perilaku konsumen muslim dengan perilaku konsumen konvensional.

Perilaku konsumsi biasanya dipengaruhi oleh faktor emosi dari pada rasional, karena pertimbangan - pertimbangan dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk lebih menitik beratkan pada status sosial,

²Dedi supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 235

³ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip...*, h. 162

mode dan kemudahan dari pada pertimbangan ekonomis.⁴ Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa variabel diantaranya variabel stimulus, variabel respons, dan variabel intervening, salah satu variabel intervening yang juga mempengaruhi perilaku konsumen yaitu gaya hidup konsumen itu sendiri. Gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya, gaya hidup juga seringkali dijadikan motivasi dasar pedoman dalam membeli sesuatu.⁵ Minat manusia dalam berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya, gaya hidup berkaitan dengan perkembangan zaman, sehingga gaya hidup dapat memberikan pengaruh yang positif maupun negatif. Gaya hidup dapat diartikan sebagai sebuah karakteristik seseorang secara kasatmata yang menandai sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu. Gaya hidup juga merupakan kombinasi dan totalitas cara, kebiasaan, pilihan, yang memiliki kekhususan dalam sebuah kehidupan suatu masyarakat tertentu terhadap pembentukan hidupnya. Gaya hidup itu sendiri merupakan suatu karakteristik/kebiasan seseorang dalam menentukan pilihan konsumsi demi kelangsungan hidupnya. Gaya hidup konsumen muslim adalah pola hidup seseorang dilihat dari bagaimana mengalokasikan pendapatannya, dan memilih produk atau jasa berdasarkan ajaran Islam. Hal ini lah yang menyebabkan gaya hidup membawa implikasi pada perubahan perilakunya.⁶ Perubahan yang terjadi selain itu adalah meningkatnya keinginan untuk menikmati hidup. Dalam

⁴Pulyadi Hariyono, Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Samarinda: [ejournal.psikologi.fisip-unmul](http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id), dikutip dari <http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id>, pada tanggal 17 Juni 2017, h 2

⁵Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II*, (Yogyakarta: IKAPI, 1995), h. 53

Islam menikmati hidup tidak hanya untuk kehidupan dunia namun akhirat juga. Hal ini membuktikan bahwa ada dua hal yang pada umumnya dicari oleh manusia dalam hidup, pertama kebaikan (*al-khair*), dan yang kedua adalah kebahagiaan (*as-sa'adah*).⁷ Sehingga gaya hidup muslim merupakan suatu karakteristik seseorang, kebiasaan, cara dan pilihan dalam kegiatan sehari-hari individual untuk mencapai kelangsungan hidupnya dalam konsumsi berdasarkan ajaran Islam. Hal inilah yang menyebabkan Departemen Marketing sebuah produk selalu melakukan pengamatan terhadap gaya hidup seseorang yang akan menjadi target pasar untuk mencapai penjualan yang maksimal.

Dalam perkembangan ekonomi jual beli dapat dilakukan baik langsung maupun dengan media *online*, hal ini pula yang membantu konsumen dalam berbelanja. Kemudahan dalam pembelian mendorong konsumen berperilaku konsumtif sebagai ukuran kebahagiaan dan kesenangan. Selain kemajuan teknologi hal ini pula didukung oleh pemasaran yang agresif dan iklan-iklan yang persuasif. Kondisi ini menyebabkan konsumen terpengaruh dengan perkembangan mode. Semua lapisan masyarakat tanpa mengenal batas usia dan strata sosial sudah terbawa oleh derasnya arus konsumerisme yang sedang “menjajah”, sehingga tidak heran jaringan ritel asing banyak bermunculan. Segala macam bentuk makanan, perhiasan, fashion, telepon seluler, elektronik, dan barang-barang lainnya dari harga yang paling mahal sampai yang harga

⁷Arif Rahman, *Gaya Hidup Muslim*, dikutip dari www.Landasanteori/gaya-hidup-muslim.co.id, pada hari Sabtu, tanggal 27 Agustus 2016, pukul 15.20 WIB

paling murah telah *tren* saat ini. Barang-barang yang sebenarnya bukan kebutuhan primer berubah status menjadi sesuatu yang digemari dan wajib untuk dinikmati bagi kebanyakan masyarakat.⁸

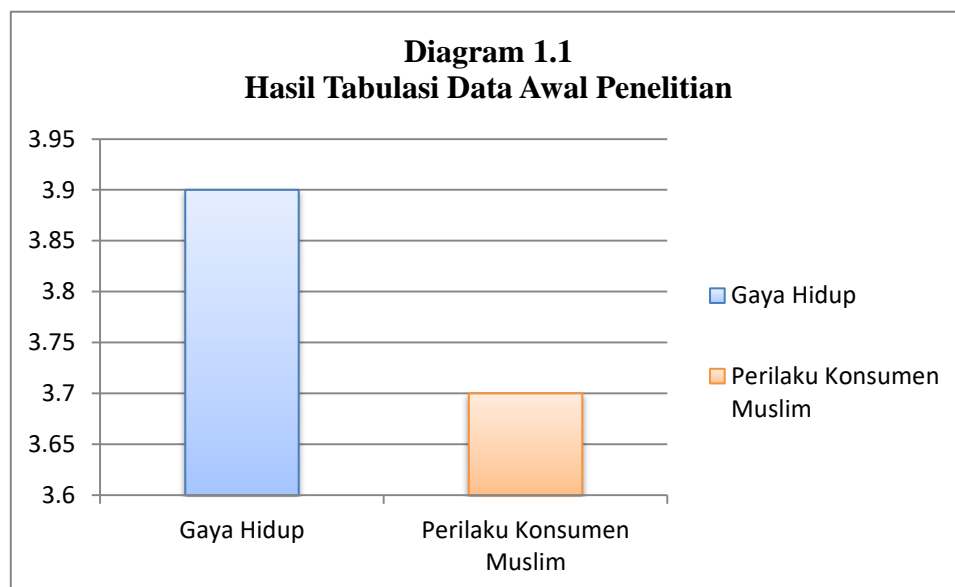
Konsumerisme seperti ini bukanlah sesuatu yang salah, karena produsen sudah melakukan kerja keras yang dimulai dari revolusi yang melahirkan sikap disiplin, kerja keras dan etos kerja. Bahkan kemudian mereka bukan hanya menghasilkan produksi, melainkan mereka mampu melakukan reproduksi dari barang-barang yang dihasilkan agar menjadi lebih bermutu.⁹ Perilaku konsumen sendirilah yang seharusnya mampu memfilter antara yang benar-benar mereka butuhkan atau sekedar keinginan hawa nafsu semata.

Kalangan mahasiswa khususnya akan selalu *up to date* dengan perkembangan yang ada untuk menunjang pergaulan mereka dengan teman sebaya-nya, baik berbusana, model hijab, sepatu, tas dll. Perkembangan yang demikian memang menguntungkan bagi pihak pemasar, namun apabila konsumen tidak dapat memilah dengan baik maka akan bertolak belakang dengan apa yang diperintahkan dalam Islam. Terkhusus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah terdidik dan diarahkan untuk memahami, dan mengamalkan Ilmu Ekonomi Islam terutama dalam berperilaku sebagai konsumen yang bijak sesuai dengan ajaran Islam.

⁸Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip...*, h. 180

⁹Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip...*, h. 184

Berdasarkan hasil observasi dan survei terhadap 86 orang responden mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu dengan teknik sampling *convenience sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel yang mudah ditemui. Penelitian dilakukan Pada tanggal 24 - 25 September 2018 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, dengan data kuesioner hasil survei terlampir.



Sumber : Data primer diolah tanggal 24-25 September 2018

Hasil data yang diperoleh bahwa rata-rata pilihan pernyataan mahasiswa adalah 3,7 artinya Perilaku konsumen muslim berada di posisi lebih rendah dari Gaya hidup dengan rata-rata pilihan pernyataan sebesar 3,9. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu memperhatikan gaya hidupnya, sedangkan pada perilaku mereka berada pada persentase lebih rendah. Berdasarkan data di atas hal ini bertentangan dengan yang dikemukakan oleh Renald Kasali

bahwa Gaya Hidup mempengaruhi perilaku seseorang, dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Apabila gaya hidupnya baik maka akan mempengaruhi perilakunya untuk diapresiasi pada hal yang baik pula.¹⁰ Berkaitan dengan hal tersebut dan hasil data awal yang telah didapat sehingga lebih akurat, maka peneliti bermaksud untuk menguji pengaruh Variabel Gaya Hidup (X) terhadap Variabel Perilaku Konsumen Muslim (Y) dengan menggunakan analisis data statistik.

Kampus merupakan tempat mahasiswa memperoleh ilmu pengetahuan, bertukar pikiran, bersosialisasi, namun jika dijadikan ajang pamer penampilan, maka kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional. Kepuasan bukan didasarkan atas banyaknya barang yang dikonsumsi tetapi didasarkan atas baik buruknya sesuatu itu terhadap diri dan lingkungannya. Mahasiswa adalah komunitas kritis yang bila ditinjau dari kemampuan mereka untuk mencerna informasi dan pemahaman yang mereka peroleh, misalnya kebutuhan akan pakaian tentu saja utama, namun *fashionable* yang diartikan mengikuti *trend mode* bukanlah kebutuhan yang utama. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam juga mengkaji ilmu pengetahuan Islam berkaitan dengan perilaku konsumen muslim, dan seharusnya dapat dilihat dari keseharian mereka dalam berperilaku sehingga dapat menjadi perwakilan atau contoh dari komunitas muslim.

Perilaku konsumen muslim identik dengan kegiatan konsumsinya sehingga dalam skripsi ini difokuskan dalam pembahasan perilaku

¹⁰Edia Satria, *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry di Kota Sungai Penuh Jambi*, Jambi : ejournal.kopertis10.or.id, 2015, diakses pada tanggal 13 Oktober 2017 pukul 13.10 WIB, h 7

konsumen dari aspek konsumsi sehari-hari yang dilakukan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang di atas maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu?
2. Berapa besar pengaruh gaya hidup terhadap perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu
2. Mengetahui besarnya pengaruh gaya hidup terhadap perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis
 - a. Dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan dapat di pergunakan sebagai masukan dan referensi

bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian tentang Gaya Hidup dan Perilaku Konsumen Muslim.

- b. Sebagai sumbangan bagi ilmu ekonomi syariah yang menyangkut bisnis dalam konsumsi Islam

2. Secara praktis

- a. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memberikan referensi baru dalam bidang keilmuan yang berkaitan dengan gaya hidup dan perilaku konsumen muslim
- b. Bagi pengusaha bisnis dan Produsen dapat dijadikan pandangan dalam berbisnis
- c. Bagi pemerintah atau institusi dapat dijadikan pedoman untuk dapat membimbing semua kalangan dalam perilaku konsumen muslim

E. Penelitian Terdahulu

Suci Dwi Pangestu, Sri Suryoko, 2016 dengan judul *Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada pelanggan Peacockoffie Semarang)*. Tujuan penelitian ini adalah 1. Mengetahui pengaruh Gaya hidup terhadap keputusan pembelian peacockoffie Semarang, 2. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian peacockoffie Semarang, 3. Mengetahui apakah Gaya hidup dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian peacockoffie Semarang. Hasil penelitian menunjukkan variabel gaya hidup dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian dengan hasil variabel harga berpengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian peacockoffie Semarang, yaitu sebesar 0,288 sedangkan variabel gaya hidup sebesar 0,057, sementara koefisien determinasi (R^2) menunjukkan hasil analisis 19,6%. Persamaan penelitian adalah tentang Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku serta menggunakan analisis data kuantitatif. Perbedaan penelitian ini yaitu terdiri dari 3 variabel independen.¹¹

Intan nia putri, 2016 dengan judul *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi Oleh Masyarakat Di Kota Banjarmasin*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup, hidup hedonis yang terdiri dari dimensi aktivitas, minat, dan opini terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di kota banjarmasin. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui apakah gaya hidup dan keputusan pembelian perhiasan imitasi yang dilakukan oleh masyarakat di kota banjarmasin telah sesuai dengan ajaran Islam atau tidak. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun hasil koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memberikan sumbangan pengaruh sebesar 71,7% terhadap keputusan pembelian. Perilaku konsumen sebagian besar masyarakat kota banjarmasin dalam membelian perhiasan imitasi belum sepenuhnya sesuai

¹¹Suci Dwi Pangestu, Sri Suryoko, *Pengaruh Gaya Hidup (Lifesyle) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang* (Semarang:<https://ejournal.undip.ac.id>,2016), dikutip dari <httphttps://ejournal.undip.ac.id>, tanggal 30 Juni 2019, h 1

dengan ajaran Islam.¹² Persamaan penelitian yaitu gaya hidup sebagai variabel independen terhadap variabel dependen dan jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif asosiatif sedangkan perbedaannya pada penelitian terdahulu yang memfokuskan penelitian pada perilaku konsumen muslim tetapi hanya pada aspek pembelian saja, sedangkan dalam penelitian ini akan dibahas mengenai perilaku konsumen muslim secara umum.

Indah Nurlaily Rachmania, 2013 dengan judul *Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Muslimah Terhadap Adopsi Belanja Online Pada Produk Fashion*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup konsumen Muslimah (x) terhadap adopsi belanja online (y) pada produk fashion. Berdasarkan hasil penelitian ini di dapat persamaan regresi linier sederhana yaitu : $Y = -0,040 + 0,793X$.¹³ Persamaan penelitian ini adalah gaya hidup sebagai variabel yang mempengaruhi. Serta menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Perbedaannya berada pada adopsi belanja online sebagai variabel yang dipengaruhi.

Secara umum persamaan yang dapat dilihat dari riset terdahulu dengan penelitian saat ini adalah variabel yang mempengaruhi yaitu pada variabel gaya hidup, sedangkan untuk perbedaan pada variabel yang dipengaruhi untuk perilaku konsumen diantaranya lebih terfokus hanya

¹²Intan Nia Putri, *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi oleh Masyarakat di Kota Banjarmasin* (Banjarmasin: idr.uin-antasari,2016), dikutip dari <http://idr.uin-antasari.ac.id>, tanggal 02 April 2017, h 1

¹³Indah Nuraini rachmania, 040914079, Skripsi thesis *Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Muslimah Terhadap Adopsi Belanja Online Pada Produk Fashion*, universitas airlangga, dikutip dari repository.unair.ac.id pada tanggal 02 April 2018, h 1

pada aspek keputusan pembelian sedangkan penelitian saat ini lebih merujuk kepada perilaku konsumen secara umum sehingga dalam pembahasan akan lebih lengkap dan tidak merujuk hanya pada satu aspek saja. Hal lain yang lebih utama adalah penelitian saat ini lebih memfokuskan pada kajian teori gaya hidup dan perilaku konsumen secara Islami yang berdasarkan pada Al-Quran dan Hadis.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penulisan penelitian ini adalah :

Bab pertama yang merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah yang menjadi alasan penulis dalam melakukan penelitian, kemudian berisi rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penelitian.

Bab kedua merupakan kajian teori dan kerangka pemikiran yang terdiri dari kerangka teori, selanjutnya digambarkan kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

Bab ketiga merupakan bab metode penelitian yang berisi jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber dan teknik pengumpulan data, variabel dan definisi operasional serta teknik analisis data.

Bab keempat merupakan bab pembahasan yang berisi data primer yang diolah melalui uji kualitas data yang diuji melalui uji validitas, uji reliabilitas, kemudian pengujian sampel data melalui uji normalitas, uji

homogenitas serta pengujian hipotesis melalui model regresi sederhana, uji t, dan determinasi.

Bab kelima merupakan bab penutup yang berisi simpulan pembahasan dan saran peneliti.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

a. Kajian Teori

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai cara konsumen dalam menggunakan sumber daya untuk mendapatkan barang dan jasa demi memenuhi kepuasan.¹⁴ James F. Angel dalam Jurnal Kurniati tentang Teori Perilaku Konsumen berpendapat bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang - barang jasa ekonomi termasuk proses pengambilan keputusan yang didahului dan menentukan tindakan - tindakan tersebut.¹⁵ Perilaku konsumen juga didefinisikan sebagai perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang dan jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen merupakan suatu sikap yang dimiliki individu dalam membuat suatu keputusan untuk membeli barang kebutuhannya.¹⁶ Dalam buku *Consumer Behavior*, Shiffman dan Kanuk menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan,

¹⁴Dedi Supriadi, *Ekonomi...*, h. 235

¹⁵Kurniati, *Teori Perilaku Konsumen Perspektif ekonomi ekonomi islam*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Juni 2016/1434H Vol VI, No 1:45-52, dikutip dari <https://ejournal.almaata.ac.id> tanggal 14 Juli 2018, h 2

¹⁶Mulyadi Nitisusatro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta), h. 114

mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan mereka.¹⁷

Dilihat dari beberapa definisi diatas perilaku konsumen secara konvensional adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya untuk memaksimalkan kepuasan. Secara garis besar perilaku merupakan aktivitas atau sebuah tindakan seseorang.

2. Perilaku Konsumen Muslim

a. Definisi Perilaku Konsumen Muslim

Dalam beberapa definisi konvensional tentang perilaku konsumen adalah berorientasi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan yang mereka harapkan dapat memaksimalkan kepuasan. Dalam ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan *masalahah* dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual yang didasarkan kepada nilai syariah.¹⁸ Perilaku konsumen pada dasarnya adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. kebutuhan adalah sesuatu yang diperlukan dan dibutuhkan dalam rangka kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya dengan sempurna, sedangkan keinginan terkait dengan hasrat dan harapan seseorang yang apabila terpenuhi pun belum tentu akan meningkatkan nilai fungsi suatu barang. Terkait dengan hal tersebut, perilaku konsumen Islami harus didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan berdasarkan Al Quran dan sunnah.¹⁹

¹⁷ Mulyadi Nitisusatro, *Kewirausahaan...*, h. 32

¹⁸ Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2014), h. 100

¹⁹ Rozalinda, *Ekonomi Islam...*, h. 100

Secara rasional konsumen muslim akan mengonsumsi komoditas yang dapat memenuhi kebutuhannya baik bersifat fisik, spiritual serta mengandung keberkahan, karena tujuan konsumsi tidak hanya untuk mencapai kepuasan fisik dan memenuhi kebutuhan, namun didalamnya haruslah bernilai ibadah.²⁰

Seorang muslim ditentukan sebagian besar oleh kepercayaannya dan ketentuan hidup berdasarkan ajaran Islam. Adi Warman Karim dalam bukunya *Ekonomi Mikro Islam* menyebutkan bahwa perilaku konsumen yang rasional mempunyai dua makna yaitu : tindakan yang dipilih berdasarkan pikiran yang beralasan (rasional), dan bukan berdasarkan kebiasaan, prasangka atau emosi.²¹

Dari beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen muslim adalah aktivitas atau tindakan yang dilakukan konsumen muslim untuk mencapai *mashlahah*. Perilaku konsumen muslim pada dasarnya berpedoman pada prinsip keadilan, kemurahan hati dan moralitas. Di samping itu pemikiran yang rasional juga dapat dijadikan preferensi dasar konsumen dalam mencapai *mashlahah*.

b. Prinsip-Prinsip Perilaku Konsumen Muslim

Kegiatan konsumsi dapat sesuai dengan nilai-nilai Islam guna mencapai *mashlahah*, maka perilaku konsumen muslim haruslah menjalankan prinsip-prinsip konsumsi yang menjadi kendalinya yaitu:

²⁰ Adiwarmman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT Rajawali Press, 2012), h. 76

²¹ Adiwarmman A Karim, *Ekonomi Mikro...*, h. 76

1. Keadilan

Adil berarti melakukan tindakan sesuai dengan aturan dan hukum Allah SWT. Maka menjalankan prinsip keadilan dalam konsumsi artinya selalu menjaga diri untuk melakukan kegiatan konsumsi yang sesuai dengan aturan - aturan Allah SWT. Seperti menghindari hal-hal yang diharamkan, baik haram secara *zat* (materi) nya, maupun haram secara cara dan proses memperolehnya serta tidak membahayakan tubuh.

Rasulullah bersabda :

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخِنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ فَقِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَرَأَيْتَ
 شُحُومَ الْمَيْتَةِ فَإِنَّهُ يُطْلَى بِهَا السُّفُنُ وَيُدَهَّنُ بِهَا الْجُلُودُ وَيَسْتَصْبِحُ بِهَا النَّاسُ فَقَالَ لَا هُوَ
 حَرَامٌ ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ قَاتِلِ اللَّهُ الْيَهُودَ إِنَّ اللَّهَ عَزَّ
 وَجَلَّ لَمَّا حَرَّمَ عَلَيْهِمْ شُحُومَهَا أَجْمَلُوهَا ثُمَّ بَاغَوْهُ فَأَكَلُوا مِمَّنْهُ

“Sesungguhnya, Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi, dan patung.” Ada yang bertanya, “Wahai Rasulullah, apa pendapatmu mengenai jual beli lemak bangkai, mengingat lemak bangkai itu dipakai untuk menambal perahu, meminyaki kulit, dan dijadikan minyak untuk penerangan?” Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Tidak boleh! Jual beli lemak bangkai itu haram.” Kemudian, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Semoga Allah melaknat Yahudi. Sesungguhnya, tatkala Allah mengharamkan lemak bangkai,

mereka mencairkannya lalu menjual minyak dari lemak bangkai tersebut, kemudian mereka memakan hasil penjualannya.” (HR. Bukhari no. 2236 dan Muslim, no. 4132).²²

2. Rasional (*mustahik al-aqlani*), dikatakan rasional apabila tindakannya logis terukur dan teranalisis dengan baik senantiasa membelanjakan pendapatan pada berbagai jenis yang sesuai dengan kebutuhan jasmani maupun rohaninya, hal ini berarti konsumen muslim akan menganggarkan setiap komoditas yang akan dikonsumsinya sehingga sesuai dengan yang dibutuhkan. Dasar dari rasionalitas adalah adanya pengetahuan atau perkiraan mengenai akibat dari suatu yang kita lakukan,²³ sebagaimana dijelaskan dalam ayat berikut :

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا
وَأَرْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥١﴾

Artinya :Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.

²²Idri, *Hadis Ekonomi Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana, 2015, h. 114

²³Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 61

Penekanan cara membelanjakan dengan hati-hati supaya menjaga nafsu, tidak berlebihan dalam menggunakan. Konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut.

- Nilai guna
- Kemampuan daya beli atau *income*
- Pilihan-pilihan dalam konsumsi²⁴

Sementara Fahim Khan menyatakan bahwa dalam sistem ekonomi Islam, seorang konsumen muslim harus rasional dalam pembelajarannya melalui kondisi :

- a. Seorang konsumen ketika membelanjakannya secara moderat (sewajarnya, tengah-tengah) ini bersandar pada Al-Isra' (17) : 29

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ
الْبَسِطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.

- b. Seorang konsumen ketika dia membelanjakan tidak hanya untuk barang-barang duniawi, tetapi di jalan Allah SWT. Ini dirujuk dari ayat Al-Isra' (17):26

²⁴Bab II Konsep Konsumsi dalam Pandangan ekonomi islam, (digilib.uinsby.ac.id), akses : 19 Juni 2017, h. 26

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ

تَبْذِيرًا ﴿٤٦﴾

Artinya: Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.

- c. Seorang konsumen ketika *ceteris paribus*, keranjang (basket) konsumsinya lebih kecil dari kerangkang konsumsi ekonomi sekuler yang hanya memasukkan sesuatu yang dibolehkan saja dan mengabaikan hal-hal yang dilarang. Keadaan ini didasarkan pada Al-Baqarah (2):173.²⁵

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ
بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ
عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi Barang siapa dalam Keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

3. Moralitas, perilaku konsumen muslim dengan menjaga adab dan etika (tertib) yang diperintahkan oleh Allah SWT dan disunahkan

²⁵Dede Nurohman, *Memahami...*, h. 111

oleh nabi Muhammad SAW. Allah SWT memberikan makanan dan minuman untuk keberlangsungan hidup umat manusia agar dapat meningkatkan nilai moral dan spiritual.²⁶ Seorang muslim sejak dini telah diajarkan untuk menyebut nama Allah SWT sebelum makan dan menyatakan terima kasih setelah makan (*Alhamdulillah*), Rasulullah bersabda :

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ، حَدَّثَنَا لَيْثٌ. ح وَحَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ رُمْحٍ، أَخْبَرَنَا اللَّيْثُ، عَنْ أَبِي الزُّبَيْرِ، عَنْ جَابِرٍ، عَنْ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ قَالَ: " لَا تَأْكُلُوا بِالشِّمَالِ فَإِنَّ الشَّيْطَانَ يَأْكُلُ بِالشِّمَالِ "

“Dari Aisyah, katanya : suatu ketika Rasulullah makan makanan bersama enam kelompok sahabat-sahabatnya, lalu seorang arab datang dan makan dua suap, lalu Rasulullah bersabda, “seandainya ia mengucapkan bismillah (dengan nama Allah SWT), niscaya itu cukup bagi kalian, maka apabila salah seorang di antara kalian makan-makanan, maka katakanlah bismillah dan jika lupa hendaklah ia katakan, bismillah fi awwalih wa akhirih (dengan nama Allah SWT pada awal dan akhirnya).” (HR. Ibn Majah).

Perilaku Moralitas inilah yang membedakan dalam mengonsumsi seseorang didasarkan oleh kepuasan dan kenikmatan semata atau atas dasar *lillahita’ala* untuk memperoleh manfaat dan berkah.

²⁶Idri, *Hadis...*, h 123

Etika merupakan hal penting, sebagaimana Rasulullah menganjurkan seseorang makan dari tangan kanannya dan melarang makan atau minum dengan berdiri.²⁷

4. Kemurahan hati, merupakan perilaku seorang muslim yang menjaga solidaritas dan hubungan masyarakat dengan menyisihkan sebagian hartanya di jalan Allah SWT dalam bentuk zakat, infak, sedekah, wakaf, memberi pinjaman maupun bentuk solidaritas lainnya.²⁸

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ
وَالْأَنْفُسِ وَالشَّمَرَاتِ ۗ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ ﴿١٥٥﴾

*Artinya :Dan sungguh akan Kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar. (QS. Al-Baqarah : 155)*²⁹

Seorang konsumen muslim tidak hanya mencapai kepuasan dari barang dan penggunaan barang tahan lama, perilaku ekonomi konsumen muslim berpusat sekitar kepuasan yang dikehendaki oleh Allah SWT. Hal ini berarti kepuasan konsumsi seorang muslim tidak hanya sebagai fungsi jumlah barang yang dikonsumsi dan jumlah barang tahan lama yang dikuasai, akan tetapi juga sebagai fungsi

²⁷Lukman hakim, *Prinsip-prinsip ekonomi islam*, (Surakarta; Erlangga, 2012), h. 93

²⁸Idri, *HadisEkonomi: Ekonomi...*, h 122

²⁹Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi*, h. 121

sedekah. Pengeluaran untuk sedekah merupakan suatu keharusan yang perlu dilakukan tanpa memandang apakah kepuasan maksimum tercapai atau tidak.³⁰

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku yang dilakukan konsumen tentu akan beragam sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya, ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

a. Faktor eksternal

Faktor eksternal yaitu faktor yang meliputi pengaruh keluarga, kelas sosial, kebudayaan, strategi marketing, dan kelompok referensi.

b. Faktor internal

Faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu tersebut meliputi: motivasi, persepsi, gaya hidup, kepribadian, dan belajar.³¹

3. Gaya Hidup

a. Definisi Gaya hidup

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam

³⁰Suyoto arief, *Konsumen Rasional Dalam Perspektif Islam*, (Jurnal Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Studi Islam Darusalam Gontor, 2012), h. 18, akses : 23 Mei 2017

³¹Muhammad Nasrullah, *Jurnal Islamic Branding, Religiusitass dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*, (Pekalongan : e-journal.stain-pekalongan.ac.id Vol. 13 nomor 2, 2015), diakses pada tanggal 03 Februari 2018, h. 81

masyarakat.³² Gaya hidup berhubungan dengan tindakan nyata dan pembelian yang dilakukan konsumen, gaya hidup membawa implikasi pada perubahan selera, kebiasaan dan perilaku. Perubahan lain yang terjadi adalah meningkatnya keinginan untuk menikmati hidup.³³ Gaya hidup menunjukkan pola hidup seseorang yang diperlihatkan dalam kegiatan serta mencerminkan keseluruhan pribadi dalam pergaulan dengan lingkungannya.

Gaya hiduplah yang menggambarkan keseluruhan pola bertindak dalam pola interaksi seseorang yang mempunyai ciri psikologi.³⁴ Hawkins yang mengatakan bahwa pola hidup yang berhubungan dengan uang dan waktu dilaksanakan oleh seseorang berhubungan dengan keputusan. seseorang yang sudah mengambil suatu keputusan maka selanjutnya adalah tindakan. Gaya hidup merupakan salah satu cara mengelompokkan konsumen secara psikografis.

Dari perspektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan seseorang dalam mengalokasikan pendapatannya, dan memilih produk atau jasa dari berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam satu

³²Muhammad Idris, Jurnal uin Alauddin, *Hubungan Antara Gaya Hidup Modern dan Prinsip Individualisme Terhadap Perilaku Belajar Fisika SMA Negeri 17 Makasar Provinsi Sulawesi selatan*, (Makasar : journal.uin-alauddin.ac.id Vol 1 no 2, 2013), diakses pada tanggal 10 Februari 2019, h. 94

³³Ervia Ristiana, Skripsi *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (DISTRO) di Yogyakarta*, (Yogyakarta : eprints-uny.ac.i, 2016) diakses pada tanggal 10 Februari 2019, h. 36

³⁴Jhon C Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumsi* jilid I edisi ke 5, (Jakarta : Erlangga, 2001), h. 279

kategori jenis produk yang ada.³⁵ Gaya hidup adalah menunjukkan cara seseorang menghabiskan waktu dan uangnya.³⁶ Ada orang yang senang mencari hiburan bersama kawan-kawannya, ada yang senang menyendiri, ada yang bepergian bersama keluarga, berbelanja, melakukan aktivitas yang dinamis, dan ada pula yang memiliki dan waktu luang dan uang berlebih untuk kegiatan sosial-keagamaan.

Menurut Setiadi, sikap yang dimiliki konsumen terhadap suatu objek bisa mencerminkan gaya hidupnya. Gaya hidup seseorang bisa dilihat dari yang disenangi, ataupun pendapatnya mengenai objek tertentu. Seseorang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda.

Gaya hidup menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan. Bagong Suyanto dalam Jurnal Nurul Wahidah mengatakan bahwa gaya hidup mengandung pengertian sebagai cara hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama pelengkap hidup.³⁷ Gaya hidup merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam memilih dan mengambil keputusan untuk prinsip hidupnya.³⁸

³⁵Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 73

³⁶Jhon C Mowen, Michael Minor, *Perilaku...*, h. 282

³⁷Nurul Wahidah, *Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN*, Pontianak: Jurnal.untan.ac.id, 2017, di akses pada tanggal 13 Oktober 2017 pukul 13.05, h.2

³⁸M. Fransiska Purwaningsih, *Analisis Hubungan Gaya Hidup dan Pendapatan dengan Keputusan Pembelian Produk Fashion Planet Surf Studi Kasus Pada Konsumen Produk Fashion Planet Surf Malioboro Mall Yogyakarta*, (Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2008) dikutip dari <http://respository-UNSAD.ac.id>. diakses pada 17 April 2017

Gaya hidup menunjukkan seseorang dalam menjalankan yang menjadi konsep dirinya sehingga menjadi sebuah kebiasaan dan terbentuk sejak lahir dan seiring dengan berlangsungnya interaksi sosial selama mereka menjalani siklus kehidupan.³⁹ Secara konvensional gaya hidup dapat disimpulkan sebagai cara hidup atau kebiasaan mereka menjalani kehidupan, memilih produk dan jasa, serta memanfaatkan waktu.

b. Definisi Gaya Hidup Menurut Perspektif Islam

Menurut Setiadi, gaya hidup menggambarkan kegiatan dan ketertarikan opini, individu dan keyakinan. Gaya hidup berkaitan dengan konsep diri dan dapat merupakan sumber informasi yang kompleks yang berbeda yang dipegang oleh seseorang tentang dirinya. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang berkaitan dengan standar hidup yang diperlukan seseorang bagi kehidupannya untuk memperoleh dan mempertahankan sesuatu yang dia perjuangkan secara sah.⁴⁰

Dalam perspektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan pada bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatannya, memilih produk atau jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam suatu kategori jenis produk yang ada.⁴¹ Gaya hidup konsumen merupakan gambaran perilaku seseorang bagaimana dia hidup,

³⁹Artika Amanda, *Hubungan ...*, akses pada hari sabtu, tanggal 23 April 2016

⁴⁰Afzalur Rahman, *Doktrin...*, h. 53

⁴¹Tatik suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: graha ilmu, 2008), h. 73

menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Dalam Islam bagaimana seseorang hidup, menggunakan uang, dan memanfaatkan waktu telah diatur dalam Al-Quran dan Sunnah. Gaya Hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Cara berpakaian, cara kerja, konsumsi serta mengisi kesehariannya. Menurut Piliang gaya hidup adalah sebuah pola, artinya sesuatu yang dilakukan atau tampil secara berulang-ulang atau biasa disebut dengan kebiasaan.⁴²

Dengan gaya hidup inilah seorang individu menjaga tindakan-tindakannya dalam batas dan kemungkinan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan *gaya hidup konsumen muslim adalah cara hidup atau kebiasaan seseorang dilihat dari menjalankan kehidupan, memilih produk atau jasa dan memanfaatkan waktu berdasarkan ajaran Islam.*

c. Indikator Gaya Hidup

Islam membentuk jiwa dan pribadi yang beriman, bertakwa, bersyukur dan menerima. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut. Bentuk pola hidup bagi seorang konsumen muslim menjalankan kehidupan, membelanjakan uang, dan memanfaatkan waktu dalam memilih produk dan jasa adalah sebagai berikut :

1. Menjalankan kehidupan
-

Dalam menjalankan kehidupan seorang muslim harus merujuk pada pola hidup berikut :

(1) *Simple Living* (Hidup Sederhana)

Agar tercipta mental baik berhubungan dengan gaya hidup, Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam memenuhi kebutuhannya secara sederhana,⁴³ yaitu pola hidup seorang muslim yang memenuhi kebutuhan hidupnya dengan wajar. Islam mencegah ke gaya hidup mewah.⁴⁴ Agar tercipta mental yang baik berhubungan dengan gaya hidup, Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam memenuhi kebutuhannya secara sederhana, tengah-tengah dan tidak boros dalam pengeluaran. Allah SWT berfirman :

Surat Al Araf 7 : 31.

﴿يٰٓبَنِي ۤءَادَمَ خُذُوۡا زِيۡنَتَكُمْ عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوۡا وَاشْرَبُوۡا
وَلَا تُسْرِفُوۡا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيۡنَ﴾^(٣١)

Artinya : Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid. Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

2. Memilih Produk atau Jasa

(1) Halal

⁴³ H. Afada, BAB III Tinjauan Pustaka, 2015 dikutip kutip dari <http://repositori.uin-suska.ac.id> pada tanggal 17 April 2017, h. 34

⁴⁴Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan...*, h. 66

Gaya Hidup Halal merupakan cara hidup seseorang yang selalu mengonsumsi segala sesuatu yang telah terjamin diperbolehkan baik dari segi wujud, zat kandungannya dan cara memperolehnya. Allah subhanahu wa ta'ala melarang membelanjakan harta pada perkara-perkara yang terlarang.⁴⁵ Sebagaimana dijelaskan pada ayat berikut :

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS. Al Baqarah 2:168)

(2) Thayib atau Baik

Cara hidup seseorang yang selalu menjunjung tinggi kepentingan atau kebaikan dari komoditas yang dikonsumsi. Pernah diceritakan bahwa Rasulullah hanya menyuap makanan kalau sudah benar-benar lapar dan berhenti sebelum kenyang. Memakan atau meminum yang tidak baik dapat mendatangkan penyakit yang berbahaya. Misalnya : memakan makanan yang berasal dari hewan yang telah sakit, berlaga, jatuh, atau sisa makanan binatang buas.⁴⁶ Hal ini pula dijelaskan dalam Al-Quran sebagai berikut :

⁴⁵Idri, *Hadis...*, h 102

⁴⁶Idri, *Hadis...*, h 114

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْفُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصَبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ الْيَوْمَ يَبْسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَا الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٣﴾

Artinya : Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa

*sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi
Maha Penyayang*

(3) Bersih

Cara hidup seorang muslim yang selalu menjaga kebersihan dalam artian barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran atau najis, penyakit, demikian juga harus menyehatkan, bernilai gizi, memiliki manfaat tidak mempunyai kemudharatan. Secara luas, bersih berarti bebas dari segala sesuatu yang tidak diberkahi atau tidak diridhoi Allah SWT. Makna bersih ataupun suci dalam aktifitas ekonomi tidak hanya secara fisik, tetapi juga non fisik seperti kesucian jiwa dan harta manusia, sehingga terbebas dari kotoran rohani⁴⁷, sebagaimana firman Allah SWT :

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ
صَلَوَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Artinya : Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui. (QS. At-Taubah ayat 103)

⁴⁷ Idri, *Hadis...*, h 117

Rasulullah juga menganjurkan agar sebelum makan hendaklah dibersihkan dahulu dari segala bentuk kotoran sebagaimana sabdanya :

كَانَ إِذَا أَرَادَ أَنْ يَنَامَ وَهُوَ جُنُبٌ تَوَضَّأَ وَإِذَا أَرَادَ أَنْ يَأْكُلَ
غَسَلَ يَدَيْهِ

“Apabila Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam hendak tidur sedangkan beliau dalam keadaan junub, maka beliau berwudhu’ terlebih dahulu dan apabila hendak makan, maka beliau mencuci kedua tangannya terlebih dahulu.” (HR. An-Nasa-i).⁴⁸

3. Memanfaatkan Waktu

(1). Hemat

Gaya hidup dikatakan hemat apabila selalu mengonsumsi komoditas sesuai dengan *budget*, membeli kebutuhan seperlunya sesuai dengan kemampuan, tidak boros atau berlebihan. Dengan kata lain hemat bermakna tindakan yang diperuntukkan hanya sekedar pemenuhan kebutuhan hidup.⁴⁹

Seseorang yang selalu menerapkan hidup hemat tidak hanya berorientasi pada kebutuhan sesaat atau kebutuhan pada saat itu saja, tetapi juga mengalokasikan pendapatan dengan pengelolaan yang baik untuk jangka panjang, artinya kebutuhan untuk saat ini,

⁴⁸Idri, *Hadis...*, h 119

⁴⁹Idri, *Hadis...*, h. 100

dan masa depan juga menjadiprioritas yang harus dipersiapkan.

Hal ini dijelaskan dalam ayat berikut :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya : Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.

(Qs. Al-Furqan ayat 67)

Tabel 2.1
Operasionalisasi Konsep

Variabel	Definisi	Sub vaiabel	Indikator
Gaya Hidup Muslim	<i>Gaya hidup konsumen muslim adalah cara hidup atau kebiasaanseseorang dilihat dari Menjalankan Kehidupan, Memilih Produk atau Jasa dan Memanfaatkan waktuberdasarkan ajaran Islam</i>	1. Menjalankan Kehidupan (Aktifitas) 2. Memilih produk atau jasa (Interest) 3. Memanfaatkan Waktu	1. Sederhana 2. Halal 3. Baik (Thayib) 4. Bersih 5. Hemat

d. Faktor-Faktor Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang mempengaruhi perilaku pembelian yang ada dalam dirinya, selanjutnya akan mempengaruhi atau bahkan mengubah gaya hidup individu tersebut.

Berbagai faktor dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang diantaranya demografi, kepribadian, kelas sosial, daur hidup dalam rumah tangga.⁵⁰

Faktor-faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup menurut pendapat Amstrong, gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.⁵¹ Lebih lanjut Amstrong menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal meliputi sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi dengan penjelasannya sebagai berikut :

a. Sikap.

Sikap adalah suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosial.

⁵⁰Artika Amanda, *Hubungan ...*, diakses pada hari sabtu, tanggal 23 April 2016, h 8

⁵¹Artika Amanda, *Hubungan ...*, pada hari Sabtu, tanggal 23 April 2016, h 9

b. Pengalaman dan Pengamatan.

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman.

c. Kepribadian.

Kepribadian adalah gabungan antara karakteristik individu dan cara berperilaku yang membedakan perilaku dari setiap individu.⁵² Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni sebagai berikut:

a. Kelompok Referensi.

Kelompok referensi yaitu sekelompok orang yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh tersebut akan membuat individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

⁵²Artika Amanda, *Hubungan ...*, pada hari Sabtu, tanggal 23 April 2016, h 10

b. Keluarga.

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c. Kebudayaan.

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari sesuatu yang dipelajari dari pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.⁵³

Terjadinya perubahan gaya hidup dari generasi ke generasi karena adanya perubahan sosial di masyarakat dan lingkungan ekonomi yang berubah. Gaya hidup konsumen juga langsung dipengaruhi oleh pendidikan dan pendapatan konsumen.⁵⁴

e. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah aktivitas yang dilakukan konsumen muslim untuk memperoleh manfaat dan berkah. Manfaat dan berkah dapat diperoleh apabila terpenuhi kebutuhan baik fisik dan spiritual konsumen itu sendiri. Ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen muslim salah satunya adalah faktor internal yaitu gaya hidup. Gaya hidup merupakan *cara hidup atau kebiasaan seseorang dilihat dari bagaimana*

⁵³Artika Amanda, *Hubungan ...*, pada hari Sabtu, tanggal 23 April 2016, h 11

⁵⁴Artika Amanda, *Hubungan ...*, pada hari Sabtu, tanggal 23 April 2016, h 12

mereka hidup, mengalokasikan pendapatannya, dan memilih produk atau jasa berdasarkan ajaran Islam. Gaya hidup yang diinginkan oleh seseorang akan mempengaruhi aktifitas pembelian, dan penggunaan baik barang maupun jasa, karena Gaya hidup menggambarkan nilai moral seseorang dan akan diapresiasi pada aktivitas seseorang yang dapat dilihat dalam perilaku sehari-hari, maka dalam hal ini pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen adalah apabila gaya hidupnya baik maka perilaku konsumen akan baik dan begitu pula sebaliknya.

f. Kerangka Berfikir

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen muslim dengan rumusan masalah apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim yang dilatar belakangi oleh perilaku mahasiswa dalam mengonsumsi komoditas di kehidupan sehari-hari mereka sehingga tidak sesuai dengan teori dalam konsumsi Islam. Melalui teori yang ada, maka dibuat kerangka berfikir sebagai berikut :

Tabel 2.2
Kerangka Berfikir

<p>Gaya Hidup (x) <i>Cara hidup atau kebiasaan seseorang dilihat dari bagaimana mereka menjalani hidup, memilih produk atau jasa dan memanfaatkan waktu berdasarkan ajaran Islam</i></p>	<p>Perilaku Konsumen Muslim(y) <i>yaitu aktivitas yang dilakukan konsumen muslim untuk memperoleh manfaat dan berkah</i></p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sederhana memenuhi kebutuhan hidupnya dengan wajar. Tidak hidup bermewah-mewah 2. Halal Mengonsumsi segala sesuatu yang diperbolehkan dalam Islam baik wujud maupun zatnya. 3. Thayib Mengonsumsi segala sesuatu yang baik, tidak merusak tubuh dan akhlak 4. Bersih : mengonsumsi segala sesuatu yang bersih baik zat dan sifatnya. 5. Hemat : tidak boros, penggunaan biaya secara efisiensi, mengonsumsi sesuai kebutuhan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasional (tindakannya logis, mengonsumsi sesuai kebutuhan, membuat anggaran setiap komoditas yang akan dikonsumsi) 2. Moralitas (menjaga dan menerapkan nilai moral, beradab dan spriritual, menyebut nama Allah SWT dan bersyukur) 3. Kemurahan hati (Perilaku yang tercermin dengan sedekah, menyisihkan sebagian harta untuk membantu sesama)

f. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya secara empiris adalah :

H₀ : Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

H_a: Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), dengan pendekatan kuantitatif asosiatif, yakni data yang berupa keterangan yang berhubungan dengan Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan April 2016 – Februari 2019 (Jadwal Terlampir). Lokasi penelitian ini pada Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang beralamat di Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah karena peneliti menemukan adanya perbedaan antara teori dan kenyataan yang berkaitan dengan Gaya hidup dan perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Bengkulu.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam semester 4 dan 6 yang telah mempelajari Perilaku Konsumen Muslim dan Etika Bisnis Islam.

Data Populasi mahasiswa untuk semester IV dan VI adalah sebagai berikut (daftar nama mahasiswa terlampir):

Tabel 3.1
Jumlah Populasi Mahasiswa FEBI Semester IV Dan VI

Jurusan	Semester		Total
	IV	VI	
PBS	190orang	237orang	472 orang
EKIS	195orang	229 orang	424 orang
Total			851 orang

Sumber : Data diolah 2018⁵⁵

2. Sampel

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.⁵⁶ Gay dan Diehl menentukan tolak ukur dalam penelitian deskriptif, yaitu sekurang-kurangnya 10% dari jumlah populasi.⁵⁷ Maka dalam penelitian ini peneliti untuk mengetahui ukuran sampel yaitu:

$$S = 10\% \times \text{populasi}$$

$$S = 10\% \times 851$$

$$S = 85,1 \text{ nilai baku menjadi } 86$$

Sehingga jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian dari Jurusan PBS dan EKIS untuk semester IV dan VI adalah dengan total 86 sampel.

⁵⁵SIKAD IAIN Bengkulu, *Data mahasiswa FEBI semester IV dan VI 2018*, dikutip dari <http://siakad.iainbengkulu.ac.id>, pada hari Senin, 25 Juni 2018, pukul 12.30 WIB

⁵⁶Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h.184

⁵⁷Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2010), h. 147

Adapun metode dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan 2 (dua) metode berikut :

1. *Stratified Sampling*, yaitu dari setiap strata akan diambil sampel dalam proporsi yang sesuai kenyataan, dengan kata lain ukuran sampel akan disesuaikan pada relatif ukuran populasi masing-masing strata.⁵⁸ Karena jumlah elemen pada tiap sub populasi berbeda, maka cara menentukan jumlah sample adalah dengan rumus berikut :

$$f_i = \frac{N_i}{N}$$

f_i = Sampel fraction

N_i = sub populasi

n_i = sampel

N = Jumlah populasi⁵⁹

untuk sampel di atas masing-masing sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jumlah Sampel Mahasiswa FEBI Semester IV Dan VI

PRODI	STRATA	N_i	f_i	n_i
PBS	IV	190	0.223267	19
	VI	237	0.278496	24
EKSYA	IV	195	0.229142	20
	VI	229	0.269095	23
TOTAL		851		86

Sumber : Data Primer diolah, 2018

⁵⁸Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), h. 174

⁵⁹Muhammad, *Metodologi...*, h.191

2. *Accidental Sampling*, yaitu memilih sampel dari orang atau unit yang kebetulan dijumpai.⁶⁰

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari 85 responden dari Jurusan Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah dengan bentuk data yang berkaitan dengan Gaya dan Perilaku Konsumen Muslim

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data dari sumber kedua yaitu berasal dari Buku Ilmu Ekonomi Islam, Hadis Ekonomi, skripsi, Jurnal serta literatur yang diperoleh melalui situs *online* yang berkaitan dengan Gaya hidup dan Perilaku Konsumen Muslim.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Survei

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik survei untuk pengumpulan data dengan menggunakan angket sebagai alat untuk mendapatkan data dari sampel yang diambil dari populasi sehingga ditemukan kejadian relatif, dan pengaruh antar variabel, sosiologis maupun psikologis”.

⁶⁰ Muhammad, Metodologi ..., h. 174

b. Dokumentasi

Dokumentasi dibutuhkan peneliti sebagai bukti konkret pada saat proses pengumpulan data, dokumentasi ini berupa foto, dan bukti arsip surat-menyurat yang menunjang kegiatan penelitian ini berlangsung.

3. Instrumen Penelitian

a. Kuisisioner Tertutup

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup (angket), dimana responden tidak diberi kesempatan menjawab dengan kata-katanya sendiri melainkan telah disediakan alternatif jawaban. Skala yang digunakan dalam pengumpulan data ini menggunakan *Skala Likert*. *Skala Likert* digunakan sebagai untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial.⁶¹ Kategori yang digunakan adalah kategori *scoring variable* seperti adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Pernyataan Gaya Hidup (X)	Pernyataan Perilaku Konsumen (Y)	Skor
1	Selalu	Selalu	5
2	Sering	Sering	4
3	Kadang-Kadang	Kadang-Kadang	3
4	Hampir tidak pernah	Hampir tidak pernah	2
5	Tidak Pernah	Tidak Pernah	1

Sumber : Sugiyono (2014)⁶²

⁶¹ Muhammad, *Metodologi...*, h. 163

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 137

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Gaya Hidup (X), adalah cara hidup atau kebiasaan seseorang dilihat dari bagaimana mereka menjalani hidup, memilih produk atau jasa dan memanfaatkan waktu berdasarkan ajaran Islam. Indikator Gaya Hidup:
 - a. Kehalalan label Selalu mengonsumsi segala sesuatu yang memiliki kehalalan sertifikasi label.
 - Kehalalan Bahan Selalu mengonsumsi segala sesuatu yang halal dalam Islam baik zat dan wujud
 - Baku bahan baku.
 - b. Thayib Selalu mengonsumsi segala sesuatu yang tidak merusak tubuh dan akhlak.
 - c. Sederhana Selalu memenuhi kebutuhan hidupnya dengan wajar, tidak bermewah-mewah.
 - d. Hemat Selalu memperhatikan efisiensi biaya konsumsi untuk jangka panjang.
 - e. Bersih Selalu mengonsumsi segala sesuatu yang bersih baik zat dan wujudnya.
2. Perilaku konsumen muslim (y) yaitu aktivitas yang dilakukan konsumen muslim untuk memperoleh manfaat dan berkah. Indikator perilaku konsumen muslim adalah :
 - a. Rasional Tindakannya logis, mengonsumsi sesuai kebutuhan, membuat anggaran komoditas yang akan dikonsumsi.
 - b. Moralitas Perilaku yang menjaga dan menerapkan nilai moral, beradab dan spiritual, menyebut nama Allah SWT dan bersyukur.

- c. Kemurahan hati Perilaku yang tercermin dengan kegiatan sedekah, menyisihkan sebagian harta untuk membantu sesama.

F. Teknik Analisis Instrumen Data

1. Uji Coba Instrumen Penelitian

Uji coba instrumen penelitian yang berkaitan dengan indikator pada variabel x yaitu gaya hidup perlu dilakukan dengan alasan bahwa instrumen belum pernah digunakan dalam penelitian manapun, sehingga dalam penelitian ini instrumen penelitian pada variabel gaya hidup (x) perlu dilakukan uji coba pada sampel uji coba yang mempunyai karakteristik sama atau ekuivalen dengan karakteristik populasi penelitian untuk memenuhi kriteria mengenai butir atau sebuah perangkat instrumen yang akan digunakan.

Dalam penelitian ini sampel uji coba merupakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Curup dengan total sampel yang akan diuji berjumlah 30 orang responden. Dengan kriteria kualitas data yang akan diuji adalah :

a. Uji Validitas data

Uji validitas bertujuan untuk menguji instrumen yang digunakan sebagai pengukuran yang valid terhadap apa yang hendak diukur.⁶³

b. Uji Reliabilitas data

Reliabilitas merupakan pengujian yang dapat menentukan keakuratan dan ketepatan dari suatu alat ukur dalam prosedur

⁶³Setiawan dan dewi endah kusrini, *Ekonometrika*, (Yogyakarta: Andi, 2009), h. 5

pengukuran.⁶⁴

2. Pengujian Kualitas Data

a) Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data atau mengukur itu valid. Metode yang digunakan dalam uji validitas ini menggunakan *product moment*.

Dengan kriteria pengujian yaitu :

1. $r \text{ hitung} \geq r \text{ table} = \text{valid}$
2. $r \text{ hitung} \leq r \text{ table} = \text{tidak valid} :^{65}$

b) Uji Reliabilitas

Instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas suatu variabel baik jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,05.⁶⁶

Table 3.4
Alat Uji Reliabilitas Data

Alat Ukur	Kriteria Pengujian
<i>Cronbach Alpha</i>	Dimana alat ukur dikatakan reliable jika nilai <i>Cronbach Alpha</i> $\geq 0,05$

Sumber : Setiawan dan Dewi Endah Kusriani dalam ekonometrika⁶⁷

⁶⁴Setiawan dan Dewi Endah Kusriani, *Ekonometrika...*, h. 63

⁶⁵Setiawan dan Dewi Endah Kusriani, *Ekonometrika...*,h. 58

⁶⁶Setiawan dan Dewi Endah Kusriani, *Ekonometrika...*, h. 64

⁶⁷Setiawan dan Dewi Endah Kusriani, *Ekonometrika...*, h. 65

c) Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat dalam model regresi, variable dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode rasio *kurtosis*. Rasio *kurtosis* adalah nilai *kurtosis* dibagi dengan *standard error kurtosis*, dengan kriteria kenormalan bila rasio *kurtosis* berada diantara -2 hingga +2.⁶⁸

d) Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah uji mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variable x dan y bersifat homogen atau tidak.⁶⁹

Table 3.5
Alat Uji Homogenitas Data

Alat Ukur	Kriteria Pengujian
<i>Uji Levene</i>	Signifikasi Uji (α) = 0,05 1. Jika sig. $\geq \alpha$ (0,05), maka variansi setiap sampel sama (Homogen) 2. Jika sig. $\leq \alpha$ (0,05), maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen)

Sumber :Agus Irianto dalam *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*⁷⁰

e) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak untuk mengetahui asumsi

⁶⁸Singgih santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2000), h. 53 dikutip oleh Adryan Setyadharma, Uji Asumsi Klasik dengan SPSS 16.0, <http://www.primopdf.com> diakses pada tanggal 15 Juni 2017

⁶⁹Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta:Kencana, 2007) h. 272

⁷⁰Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya...*, h.273

linearitas dapat dilakukan uji Anova (*overall F test*), jika hasilnya signifikan ($p \text{ value} < \alpha$), maka model berbentuk linier.

3. Pengujian Hipotesis

a. Regresi linear Sederhana

Regresi linear didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Persamaan umum regresi linear sederhana adalah :⁷¹

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + e_i$$

Dimana :

Y = Variabel dependen (Perilaku Konsumen Muslim)

β_0 = Nilai Konstanta

x_1 = Variabel independen (Gaya Hidup)

β_1 = Koefisien regresi Variabel Gaya Hidup

e_i = Variabel Pengganggu

Kriteria penerimaan atau penolakan H_0 :

Jika probabilitas $> 0,05$, H_0 diterima

Jika probabilitas $< 0,05$, H_0 ditolak⁷²

⁷¹ Agus Tri Basuki, *Analisis Regresi dalam penelitian ekonomi dan bisnis*, (Jakarta : rajagrafindo persada, 2016), h. 5

⁷² Sunjoyo et al, *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 159

b. Uji –t

Uji t untuk mengetahui pengaruh variable independen secara parsial terhadap variable dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Adapun cara pengujiannya sebagai berikut :

1. Taraf signifikansi (α) = 0.05
2. Jika sig. $\leq \alpha$, maka H0 ditolak dan Ha diterima
3. Jika sig. $\geq \alpha$, maka H0 diterima dan Ha ditolak⁷³

c. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (*Coefficient Of Determination*) R^2 merupakan ukuran yang mengatakan seberapa baik garis regresi sampel cocok (sesuai) dengan datanya.⁷⁴ Rumus koefisien determinasi adalah Sebagai Berikut :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KP = Koefisien penentu atau koefisien determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi.

Tabel 3.6
Interval Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,00	Sangat Kuat
0,60 – 0,79	Kuat
0,40 – 0,59	Cukup Kuat
0,20 – 0,39	Rendah
0,00 – 0,19	Sangat Rendah

Sumber :Agus Irianto dalam *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, 2018

⁷³Agus Irianto, *Statistik...*, h. 109

⁷⁴Agus Irianto, *Statistik...*, h. 115

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Deskripsi Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan untuk melihat profil dari data penelitian yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian.

Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik berikut :

a. Berdasarkan Jurusan

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Angkatan/Semester	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
Ekonomi Islam	2015/VI	19	22
	2016/IV	24	28
Perbankan Syariah	2015/VI	20	23
	2016/IV	23	27
Total		86	100 %

Sumber : *data primer diolah, 2018*

b. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Data responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
L	25	30
P	61	70
Jumlah	86	100%

Sumber : *data primer diolah, 2018*

c. Berdasarkan Pendapatan

Adapun data pendapatan mahasiswa adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Pendapatan Responden

Pendapatan/bulan Rp	Frekuensi	Persentase %
≤ 500.000	12	14
500.000 – 1.000.000	45	53
≥ 1.000.000	29	33
Jumlah	86	100 %

Sumber : *data primer diolah, 2018*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa total pendapatan mahasiswa setiap bulannya dengan sumber pendapatan diterima dari orang tua, beasiswa maupun berbisnis atau bekerja paruh waktu dengan rata-rata pendapatan perbulan mahasiswa adalah sebesar Rp. 500.000 - 1.000.000 berada pada persentase tertinggi.

2. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah Berdirinya IAIN Bengkulu

Sejak tahun 2012, STAIN Bengkulu berubah status menjadi [Institut Agama Islam Negeri](#) (IAIN) Bengkulu berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 51, tanggal 25 April 2012. IAIN Bengkulu pada saat ini memiliki 4 (empat) Fakultas, yaitu Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Tarbiyah dan Tadris, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, dan Program Pascasarjana (S2) dengan Program Studi⁷⁵:

⁷⁵SIKAD IAIN Bengkulu. siakad.iainbengkulu.ac.id. Akses: 12 Agustus 2018

1. Ahwal Alsyakhsyah (AHS)
2. Muamalah
3. Hukum Tata Negara
4. Zakat dan Wakaf
5. Ekonomi Syariah
6. Perbankan Syariah
7. Pendidikan Agama Islam (PAI)
8. Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGM atau PGSD)
9. Pendidikan Guru Raudhatul Atfal (PGRA atau PGTK)
10. Pendidikan Bahasa Arab (PBA)
11. Tadris Bahasa Inggris (TBI)
12. Bimbingan Konsling Islam (BKI)
13. Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
14. Manajemen Dakwah
15. Tafsir Hadits
16. Akhlak Taswuf
17. Bahasa dan Sastra Arab
18. Sejarah Kebudayaan Islam (SKI)
19. Filsafat Agama
20. Magister Pendidikan Islam (S2)
21. Magister Hukum Islam (S2)
22. Manajemen Pendidikan Islam (S2)
23. Filsafat Agama (S2)

b. Visi, Misi IAIN Bengkulu

Visi

“Unggul dalam studi keislaman, sains dan kewirausahaan”

Misi

1. Mengembangkan Ilmu – Ilmu Keislaman, Sains dan Kewirausahaan dalam pendidikan dan pengajaran meningkatkan kualitas penelitian dan pengabdian yang responsif terhadap kepentingan keilmuan dan kemasyarakatan.
2. Meningkatkan mutu mahasiswa yang berkarakter, profesional, mandiri dan berakhlak mulia.
3. Mengembangkan sistem pendidikan dan pembelajaran bermutu yang berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi.
4. Membangun kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.⁷⁶

c. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu

1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas di IAIN Bengkulu berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia (PMA RI) Nomor 30 Tahun 2015. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) memiliki 4 program studi yaitu :
 1. Prodi Ekonomi Syariah
 2. Prodi Perbankan Syariah

⁷⁶ FEBIS IAIN Bengkulu.<http://febis.iainbengkulu.ac.id>. Akses: 30Juni 2019

3. Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf
4. Prodi Manajemen Haji dan Umrah

Pada mulanya Program Studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah ini di bawah naungan Fakultas Syariah dan Ekonomi Syariah. Penggabungan antara Jurusan Syariah dan Ekonomi dalam suatu fakultas menjadi diskusi panjang baik dikalangan civitas akademika IAIN Bengkulu maupun masyarakat karena dari sisi akademik dan bidang keilmuan kurang tepat.

Selain itu, perkembangan lembaga keuangan syariah baik perbankan maupun non perbankan yang begitu pesat mendorong IAIN Bengkulu untuk mendirikan Fakultas tersendiri yang khusus menyelenggarakan pendidikan Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah melahirkan alumni–alumni yang berkompeten. Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah banyak bekerja di instansi pemerintah seperti menjadi Pegawai Negeri Sipil di Kementerian Agama, pegawai perbankan dan non-bank, sebagai dosen di perguruan tinggi dan guru di madrasah atau sekolah yang telah menyebar di Provinsi Bengkulu.

Profesi guru bagi alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sesuai dengan pernyataan mahkamah konstitusi (MK) bahwa para sarjana yang berasal dari jurusan di luar Jurusan Pendidikan dapat menjadi guru. Hal ini dinyatakan dalam putusan yang menolak

permohonan ujian materi pasal 8, 9 dan 10 undang-undang nomor 14 tahun 2015 tentang guru dan dosen.⁷⁷

2. Visi, Misi, Tujuan, Nilai Dasar, Keyakinan Dasar, Moto dan Struktur Organisasi, FEBI IAIN Bengkulu

a. Visi: Unggul dalam kajian dan pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang memadukan sains dan berjiwa kewirausahaan di Asia Tenggara tahun 2037.

b. Misi:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis, dan profesional dalam Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Melaksanakan penelitian dalam bidang Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam yang berbasis pada pemberdayaan.
4. Menjalin kerjasama secara produktif dengan lembaga keuangan, pemerintah, dan swasta di tingkat lokal, nasional, dan internasional

c. Tujuan :

1. Menghasilkan lulusan yang berkualitas secara akademis dan moral serta berorientasi global dalam bidang ekonomi dan manajemen Syariah;

⁷⁷ SIAKAD IAIN Bengkulu. *siakad.iainbengkulu.ac.id*. Akses: 12 Agustus 2018

2. Menyelenggarakan pendidikan berlandaskan prinsip-prinsip tata kelola organisasi yang baik dan sehat;
3. Meningkatkan kuantitas dan kualitas dosen untuk menghadapi persaingan global
4. Meningkatkan kualitas penelitian dalam bidang Ekonomi dan Manajemen Syariah yang diorientasikan pada keunggulan global;
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang Ekonomi dan Manajemen Syariah;
6. Memperluas kerja sama strategis dengan pemerintah, dunia industri, dan lembaga-lembaga pendidikan.

3. Nilai Dasar

1. Cerdas
2. Ikhlas
3. Berakhlak mulia
4. Jujur dan Bertanggung jawab
5. Disiplin
6. Berdaya saing
7. Mandiri
8. Kerjasama (*Teamwork*)

4. Keyakinan Dasar

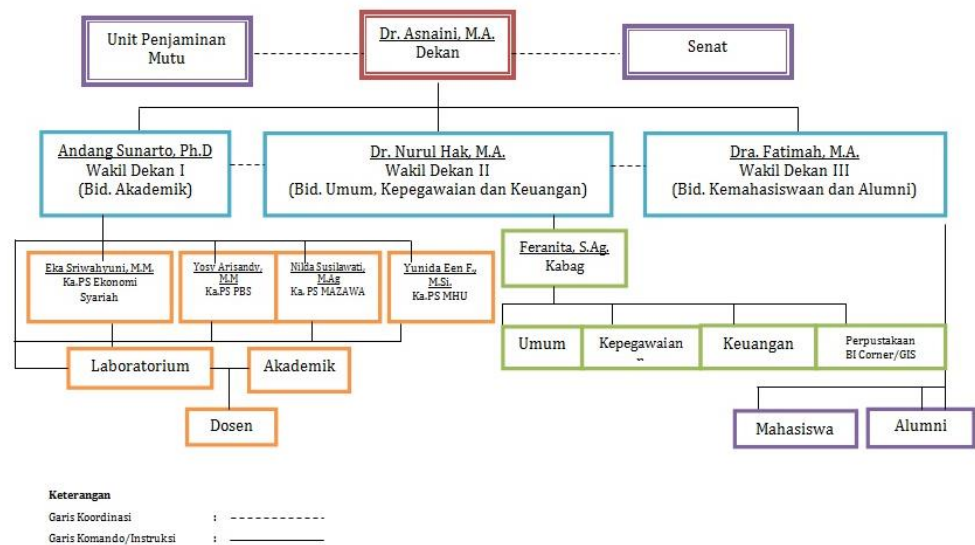
1. *Inna ma'al 'usri yusra* (Sesungguhnya dibalik kesulitan pasti ada kemudahan) (An-Nasyr: 6)
2. *Man Jadda wa jada* (Siapa yang bersungguh-sungguh dia akan dapat) (Kata Al-Hikmah)

5. Motto

“EKSIS: Edukatif, Kreatif, Sportif, Islami, dan Santun”⁷⁸

6. Struktur Organisasi

Bagan 4.1
Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Sumber : *FEBIS IAIN Bengkulu, 2019*⁷⁹

3. Ekonomi Syariah

a. Visi dan Misi Ekonomi Syariah

Visi

⁷⁸ FEBIS IAIN Bengkulu. *febis.iainbengkulu.ac.id*. Akses: 30 Juni 2019

⁷⁹ FEBIS IAIN BENGKULU. <http://febis.iainbengkulu.ac.id>. Akses : 30 Juni 2019

Unggul dalam memadukan Ilmu Ekonomi Syariah, Sains dan Kewirausahaan di Asia Tenggara pada tahun 2037.

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis dan profesional dalam bidang Ekonomi Syariah, sains dan kewirausahaan.
2. Melaksanakan penelitian dalam bidang Ekonomi Syariah, sains dan kewirausahaan.
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam bidang Ekonomi Syariah, sains dan kewirausahaan.
4. Menjalin kerjasama secara produktif dengan Lembaga Keuangan Syariah di tingkat lokal, nasional dan internasional.

b. Tujuan

1. Menghasilkan sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah yang memiliki kemampuan akademik dan professional
2. Menghasilkan sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah yang beriman, berakhlak mulia, memiliki kecakapan sosial dan manajerial, serta berjiwa wirausaha (*entrepreneur*)
3. Menjadikan program studi Ekonomi Syariah sebagai pusat kajian dan penelitian dalam Ekonomi Syariah
4. Menjadikan program studi Ekonomi Syariah sebagai pusat unggulan dalam bidang Kewirausahaan

5. Mewujudkan masyarakat yang berorientasi kepada sistem Ekonomi Syariah dan berjiwa *entrepreneur*.

c. Profil Lulusan

Tabel 4.4

Profil Lulusan Program Studi Ekonomi Syariah

NO	PROFIL LULUSAN	STANDAR KOMPETENSI LULUSAN
1	Akademisi	Menguasai teori dan pemikiran ekonomi dalam kerangka mikro dan makro ekonomi serta mampu mengembangkannya dalam konteks ekonomi saat ini.
2	Peneliti	Menguasai teori-teori ilmu dan metodologi ekonomi Islam dan implementasinya dalam pengembangan sistem ekonomi yang berkeadilan di atas nilai-nilai syariah.
3	Konsultan	Mampu meembangkan substansi ekonomi syariah ke model ekonomi secara matematis.
4	Perencana ekonomi dan pembangunan berbasis syari'ah	Memiliki kemampuan analisis kuantitatif dan kualitatif yang memadai untu mengembangkan penelitian dan penulisan karya ilmiah di bidang ilmu ekonomi syariah.
5	Analisis kebijakan fiskal, moneter dan keuangan syariah	Mampu merumuskan solusi dan strategi terhadap problem ekonomi dan pembangunan ekonomi masyarakat yang berkeadilan.
6	Tenaga ahli bidang keuangan syariah	Memahami konsep moneter dengan perspektif ekonomi syariah dan pengembangannya dalam investasi dan instrumen keuangan syariah.
7	Praktisi ekonomi dan keuangan syariah	Menguasai teori keuangan dan implementasinya dalam mendesain instrumen keuangan berbasis syariah.

Sumber : FEBIS IAIN Bengkulu, 2019⁸⁰

⁸⁰ FEBIS IAIN BENGKULU. <http://febis.iainbengkulu.ac.id>. Akses : 30 Juni 2019

4. Perbankan syariah

a. Visi

Unggul dalam memadukan Ilmu Perbankan Syari'ah, Sains dan Kewirausahaan Pada Tahun 2027 di Indonesia Bagian Barat

b. Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis dan profesional dalam bidang Perbankan Syari'ah, sains dan kewirausahaan.
2. Melaksanakan penelitian dalam bidang Perbankan Syari'ah, sains dan kewirausahaan
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam bidang Perbankan Syari'ah, sains dan kewirausahaan.⁸¹
4. Menjalin kerjasama secara produktif dengan lembaga keuangan syari'ah di tingkat lokal, nasional dan internasional.

c. Profil lulusan Perbankan Syariah

Adapun Profil lulusan Program Studi Perbankan Syariah adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Profil Lulusan Program Studi Perbankan Syariah

No	Profil Lulusan	Deskripsi Profil Lulusan
1	Utama: Praktisi dan analis perbankan syariah.	Sarjana Perbankan Syariah mampu melaksanakan tugas-tugas di bidang administrasi, pengelolaan dan penyelenggaraan Perbankan Syariah yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas

⁸¹FEBIS IAIN Bengkulu. <http://febis.iainbengkulu.ac.id>. Akses : 30 Juni 2019

		dan mutakhir di bidang perbankan syariah, bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugasnya berlandaskan keislaman, keilmuan dan keahlian serta mampu menerapkan teori-teori Perbankan Syariah.
2	<p>Pendukung:</p> <p>2.1 <i>Entrepreneurial banker</i> yang mumpuni dalam manajemen lembaga keuangan dan perbankan syariah</p>	Sarjana Perbankan Syariah mampu melaksanakan tugas-tugas dalam perencanaan, pengelolaan dan pengorganisasian keuangan Perbankan Syariah dan mampu merintis usaha (wirausahawan) dalam bidang lembaga keuangan dan perbankan syariah yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidang perbankan syariah, bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugasnya berlandaskan keislaman, keilmuan dan keahlian serta mampu menerapkan teori-teori Perbankan Syariah.
	2.2 Konsultan pada sektor keuangan dan perbankan syariah	Sarjana Perbankan Syariah mampu mendesain, memberi ide, mendampingi tugas-tugas dalam pengelolaan keuangan Perbankan Syariah yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidang perbankan syariah, bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugasnya berlandaskan keislaman, keilmuan dan keahlian serta mampu menerapkan teori-teori Perbankan Syariah.
3	Lainnya: Cendekiawan dan peneliti dalam bidang ekonomi, bisnis, manajemen di sektor keuangan dan perbankan syariah	Sarjana Perbankan Syariah mampu memberikan inovasi, memecahkan berbagai masalah pengelolaan keuangan dan perbankan syariah melalui kajian dan hasil penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan mampu memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan lembaga keuangan syariah dan perbankan syariah yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidang perbankan syariah, bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugasnya berlandaskan keislaman, keilmuan

		dan keahlian serta mampu menerapkan teori-teori Perbankan Syariah.
--	--	--

Sumber : *FEBIS IAIN Bengkulu, 2019*⁸²

⁸²FEBIS IAIN Bengkulu. <http://febis.iainbengkulu.ac.id>. Akses : 30 Juni 2019

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Analisis Instrumen Data

a. Uji Coba Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Metode yang digunakan pada uji coba validitas kuesioner ini menggunakan *Pearson Correlation*, dimana dikatakan valid jika nilai r hitung $\geq r$ tabel dengan sig. 0,05. $Df = N-2 = 30-2 = 28$ r Tabel dengan taraf sig. 5% yaitu diperoleh r Tabel = 0,349

Hasil uji coba validitas data pada variabel Gaya Hidup (x) dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel X

Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	0,485	0,349	Valid
2	0,533	0,349	Valid
3	0,380	0,349	Valid
4	0,454	0,349	Valid
5	0,615	0,349	Valid
6	0,537	0,349	Valid
7	0,470	0,349	Valid
8	0,469	0,349	Valid

Sumber : data primer diolah, 2017

Pada uji validitas variabel x dan y dengan uji 2 sisi yaitu r tabel dengan taraf signifikansi 0,05 dan jumlah data $n = 30$, maka r tabel adalah sebesar 0,349. Dari data uji validitas variabel x di atas dapat dilihat bahwa r hitung pada setiap item lebih dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut dikatakan valid artinya

instrumen tersebut dapat digunakan untuk mewakili variabel yang akan diteliti dan dapat digunakan dalam penelitian utama.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	0,445	0,349	Valid
2	0,477	0,349	Valid
3	0,583	0,349	Valid
4	0,472	0,349	Valid
5	0,300	0,349	Tidak Valid

Sumber : data primer diolah, 2017

Pada tabel uji validitas variabel y di atas dapat dilihat bahwa pada item 5, r hitung kurang dari r tabel, maka item tersebut dinyatakan tidak valid artinya item 5 tidak dapat mewakili variabel yang akan diteliti dan tidak dapat digunakan dalam penelitian utama.

2) Uji Reliabilitas

Metode yang digunakan untuk uji coba realibilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dimana dikatakan reliabel jika *alpha Cronbach Alpha* $\geq 0,05$.

Hasil uji coba realibitas data dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (x)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.538	8

Sumber : data primer diolah, 2017

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumen Muslim (y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.121	4

Sumber : *data primer diolah, 2017*

Data menunjukkan *Cronbach's Alpha* gaya hidup (x) yaitu 0,538, dan konsumen muslim (y) sebesar 0,121, alat ukur dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,05$ dari analisis data di atas maka item yang diujikan dapat dikatakan reliabel, artinya apabila instrument ini digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

2.Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Metode yang digunakan pada uji coba validitas kuesioner ini menggunakan *Pearson Correlation*, dimana dikatakan valid jika nilai r hitung $\geq r$ tabel. Dengan $N = 86$, $df = (N-2)$, $df = (86-2)$, $df = 84$ maka r tabel $> 0,212$ dikatakan valid pada tingkat sig. 0,05. Data hasil ditampilkan pada table di bawah ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X)

Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	0.747	0,212	Valid
2	0.849	0,212	Valid
3	0.809	0,212	Valid
4	0.805	0,212	Valid
5	0.732	0,212	Valid
6	0.842	0,212	Valid
7	0.845	0,212	Valid
8	0.779	0,212	Valid

Sumber : data primer diolah, 2018

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumen (y)

Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	0.840	0,212	Valid
2	0.862	0,212	Valid
3	0.776	0,212	Valid
4	0.823	0,212	Valid

Sumber : data primer diolah, 2018

Dari data diatas uji validitas variabel x dan y di atas dapat dilihat bahwa r hitung pada setiap item lebih dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut dikatakan valid sehingga dapat digunakan untuk mengukur dan mewakili variabel yang akan diteliti, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (x)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	8

Sumber : data primer diolah, 2018

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumen (y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.844	4

Sumber : *data primer diolah, 2018*

Berdasarkan tabel 4.12 dan 4.13 diatas nilai *cronbach's alpha* variabel x sebesar 0,919 dan variabel y sebesar 0,844, alat ukur dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,05$ dari analisis data diatas maka item pada kedua variabel yang diujikan dikatakan reliabel artinya apabila instrument ini digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama maka akan tetap menghasilkan data yang sama.

c. Uji Normalitas

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas

	N	Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error
Gaya Hidup	86	-.882	.514
Perilaku Konsumen	86	-.646	.514
Valid N (listwise)	86		

Sumber : *data primer diolah, 2018*

Berdasarkan tabel 4.14 terlihat bahwa pada rasio kurtosis Gaya Hidup $0,514/-0,882 = -0,58$. Rasio kurtosis Perilaku Konsumen Muslim $0,514/-0,646 = -0,795$.

Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa distribusi data adalah normal, karena nilai rasio kurtosis berada di antara -2 hingga +2, artinya

sebaran data menyebar merata dan polanya tidak terlalu condong ke kiri ataupun ke kanan.

d. Uji Homogenitas Data

Tabel 4.15
Hasil Uji Homogenitas Data

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Gaya Hidup	.804	1	84	.372
Perilaku Konsumen Muslim	3.302	1	84	.073

Sumber : *data primer diolah, 2018*

Berdasarkan tabel 4.15 disimpulkan bahwavariasi setiap sampel adalah sama (homogen), karena nilai sig. $> 0,05$ yaitu pada Gaya Hidup sebesar $0,372 > 0,05$ dan Perilaku Konsumen Muslim sebesar $0,073 > 0,05$ artinya data berasal dari sampel yang memiliki varian yang sama, memiliki sifat-sifat dan karakteristik yang relatif sama.

e. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis regresi linear sederhana, data hasil penelitian dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 4.16
Hasil Uji Linearitas Data

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
y * x	(Combined)	46.543	15	3.103	10.616	.000
	Between Groups	44.875	1	44.875	153.529	.000
	Deviation from Linearity	1.669	14	.119	.408	.968
	Within Groups	20.460	70	.292		
	Total	67.004	85			

Sumber : *Data Primer diolah, 2018*

Dari output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada *Deviation From Linearity* sebesar $0,968 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Gaya hidup dan perilaku konsumen muslim terdapat hubungan yang linear, artinya komponen-komponen yang tersusun membentuk satu garis yang linear.

3. Pengujian Hipotesis

a. Regresi Linear Sederhana

Tabel. 4.17
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.638	.247		2.585	.011
Gaya Hidup	.790	.061	.818	13.052	.000

Sumber : *Data Primer diolah, 2018*

Berdasarkan tabel diatas koefisien regresi maka yang diperoleh dapat disusun sebagai berikut :

$$Y = 0.638 + 0,790x + e_i$$

1. Nilai konstanta (α) sebesar 0.638 artinya jika variabel X (Gaya Hidup) dalam keadaan Konstan, maka besar pengaruh terhadap Perilaku Konsumen Muslim adalah 0.638.
2. β (Koefisien Regresi X) sebesar 0,790 artinya jika variabel gaya hidup mengalami peningkatan sebesar 1 maka perilaku konsumen muslim akan naik sebesar 0,790.

b. Uji – t

Tabel 4.18
Hasil Uji –t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.638	.247		2.585	.011
X	.790	.061	.818	13.052	.000

Sumber : *Data Primer diolah, 2018*

Berdasarkan tabel diketahui Variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen muslim diterima dengan sig. $0,00 < 0,05$ sehingga H_a diterima dan sig. 0.00 artinya tingkat kesalahan sebesar 0% lebih rendah dari maksimal sig. Kesalahan 0,5 %.

c. Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Table 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.670	.666	.51326

Sumber : *data primer diolah, 2018*

Koefisien determinasi R^2 menyatakan ukuran seberapa besar garis regresi sampel cocok (sesuai) dengan datanya. Nilai R^2 adalah sebesar 0,670 yang artinya besar pengaruh variabel Gaya Hidup terhadap

Perilaku Konsumen Muslim sebesar 67,0% sementara 33,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi objek penelitian, diantaranya variabel stimulus (harga, merek dan jenis barang, iklan atau promosi) dan variabel respon (keputusan pembeli, keadaan ekonomi, pekerjaan, pelaku panutan). Berdasarkan tabel interpretasi koefisien korelasi, maka presentasi korelasi berada pada interval antara 0,60 – 0,79 bahwa korelasi berada pada tingkat hubungan yang kuat.

C. Pembahasan

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Renald Kasali, bahwa gaya hidup (x) berpengaruh terhadap Perilaku konsumen, hasil observasi awal yang menggunakan tabulasi data menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumen muslim, namun setelah dilakukan analisis data dengan pengujian statistik, maka diperoleh bahwa ternyata Gaya hidup (x) terhadap Perilaku Mahasiswa (y) berpengaruh positif, hal ini berarti jika mahasiswa yang memiliki gaya hidup yang baik maka akan mempengaruhi perilakunya pada hal yang baik, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang telah dikemukakan, untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan dilakukannya penelitian sebagaimana tercantum pada BAB I, maka akan dijelaskan hasil analisis statistik sebagai berikut :

1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

Hasil perhitungan regresi linear sederhana menunjukkan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen muslim. Hal

tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai sig. sebesar $0,00 < 0,05$. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen terjadi karena semakin baik gaya hidup seseorang maka akan mempengaruhi perilakunya. Sehingga Ha yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim dapat diterima, dengan alasan bahwa dalam berperilaku konsumen akan dipengaruhi oleh gaya hidupnya, setiap orang mempunyai gaya hidup yang berbeda-beda namun mempunyai tujuan yang sama, walaupun diri selalu berubah, akan tetapi diri selalu mempertahankan kualitas yang telah terpola dan memiliki pandangan sendiri untuk bertindak. Sebagaimana halnya dengan gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Bengkulu, dari data hasil mereka memiliki gaya hidup yang baik, namun perilaku setiap individu berbeda, misalnya mereka memahami zakat, infaq, shadaqoh itu baik dan harus diamalkan, namun pada kenyataannya ada yang menjawab selalu, sering, kadang - kadang, mereka memiliki tujuan yang sama namun disesuaikan dengan pendapatan dan kebutuhan sehari-hari mereka, sehingga memiliki perilaku yang beragaman.

Sejauh ini hasil analisis sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Renald Kasali bahwa Gaya Hidup mempengaruhi Perilaku seseorang dalam menentukan pilihan konsumsinya.⁸³

⁸³ Edia Satria, Pengaruh *Gaya Hidup* ..., h 7

2. Besar Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, nilai konstanta (α) sebesar 0.638 artinya jika variabel X (Gaya Hidup) dalam keadaan konstan, maka besar pengaruh terhadap perilaku konsumen muslim adalah 0.638. β (Koefisien Regresi X) sebesar 0,790 artinya jika variabel gaya hidup mengalami peningkatan sebesar 1 maka perilaku konsumen muslim akan naik sebesar 0,790.

Berdasarkan tabel interpretasi koefisien determinasi bahwa pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen muslim berada pada interval antara 0,60 – 0.79 yaitu 0.67 yang menyatakan bahwa korelasi berada pada tingkat hubungan yang kuat. Hal ini dengan alasan bahwa gaya hidup berasal dari dalam diri seseorang dan berhubungan langsung dengan perilaku atau kegiatan kesehariannya.

Berdasarkan pembahasan dan analisis secara statistik di atas, maka diperoleh bahwa Gaya hidup (x) berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa, hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang baik akan mempengaruhi perilaku pada hal yang baik, begitu sebaliknya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ida Ayu Harmaita Wijayanti dan Ni Ketut Seminari, bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku dengan judul penelitian *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Handphone Blackberry Dengan Merk Sebagai Pemoderasi* (Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (UNUD), Bali tahun 2013). Dalam penelitian ini peneliti mengkaji teori Gaya Hidup dan

Perilaku Konsumen dalam perspektif Ekonomi Islam dengan alasan bahwa gaya hidup seorang muslim akan didasarkan pada Al-Quran dan Hadis untuk mempengaruhi perilakunya hal inilah yang membedakan dengan kajian Gaya Hidup konvensional.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang dilakukan terkait pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Gaya Hidup Berpengaruh positif terhadap perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu sebagaimana hasil uji statistik t menunjukkan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2.585 > 1,989$, maka H_a yang menyatakan variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen muslim diterima, dengan alasan bahwa gaya hidup yang baik dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa untuk menjadi baik, dalam perilaku mahasiswa mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh mashlahah namun dengan interpretasi yang berbeda.
2. Hasil analisis regresi linier sederhana, nilai konstanta (α) sebesar 0.638 artinya jika variabel x (Gaya Hidup) dalam keadaan Konstan, maka besar pengaruh terhadap Perilaku Konsumen Muslim adalah 0.638. β (Koefisien Regresi x) sebesar 0,790 artinya jika variabel gaya hidup mengalami peningkatan sebesar 1 maka perilaku konsumen muslim akan naik sebesar 0,790, hal ini diperkuat dengan alasan

bahwa gaya hidup berasal dari dalam diri seseorang dan berhubungan langsung dengan perilaku atau kegiatan kesehariannya.

B. Saran

Pada bagian akhir skripsi ini penulis, bermaksud untuk mengajukan beberapa saran yang berkaitan dengan pembahasan yang telah dilakukan.

Saran-saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, diketahui bahwa setiap individu memiliki gaya hidup yang terbentuk dari dalam diri dan memiliki tujuan yang konsep yang sama yaitu untuk memperoleh mashlahah, namun dalam penerapannya pada perilaku mahasiswa perlu adanya perbaikan, diantaranya pengelolaan anggaran untuk Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya untuk mengikuti gaya hidup, selama dengan pemenuhan tersebut sesuai dengan pedoman dalam ajaran Islam, maka Perilaku konsumen untuk mengikuti gaya hidup dibolehkan selama itu mampu menambah mashlahah atau tidak mendatangkan mudharat. Kemudian dalam perilaku mahasiswa sebagaimana telah dijelaskan pada pembahasan bahwa mahasiswa sama-sama memiliki gaya hidup yang baik
2. Responden utama dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Islam dan Perbankan

Syariah pada khususnya. Penelitian ini telah menjadi gambaran tentang perilaku mahasiswa FEBI yang dipengaruhi oleh gaya hidupnya, untuk itu bagi pengelola institusi dapat pula memberikan contoh mengenai gaya hidup yang baik untuk muslim dan muslimah karena gaya hidup yang baik akan mempengaruhi perilakunya, pengarahan dapat berupa sosialisasi umum maupun pengajaran dan pedoman lebih dalam pembelajaran. Hal ini juga bertujuan untuk membentuk pribadi yang islami dan berintelektual.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, Artika. *Hubungan Kepribadian Dalam Gaya Hidup*. Dikutip dari [artikaamanda.Blogspot.Com/2011/11/Hubungan-Kepribadian-Gaya-Hidup-Dalam.html](http://artikaamanda.blogspot.com/2011/11/Hubungan-Kepribadian-Gaya-Hidup-Dalam.html) pada hari sabtu, tanggal 23 April 2016, pukul 14.30 WIB
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2000
- Doni, Rama. *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Zahara Busana Kota Bengkulu*. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. 2014
- Erlina, Rita. et al. *pengaruh gaya hidup berbelanja dan keterlibatan fashion terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Strata I Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember*. (Jember:UNEJ. 2015). dikutip dari http://Repository_unej.ac.id. tanggal 02 April 2017
- Fauzia, Ika Yunia. Abdul Kadir Riyadi. *Prinsip dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana. 2014
- Hakim, Lukman. *Prinsip-prinsip ekonomi islam*. Surakarta: Erlangga. 2012
- Idri. *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi Edisi Pertama*. Jakarta: kencana. 2015
- Irianto, Agus. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta:Kencana. 2007
- Karim. Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013

- Nasution, Mustafa Edwin Dkk. *Pengenalan Eklusif : Ekonomi Islam*. Jakarta : Kencana, 2010
- Nitisusatro, Mulyadi. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta
- Nurohman, Dede. *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Teras. 2011
- Paningrum, Destiana. *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Kosmetik AVON di Surakarta*. (Surakarta : IPI). dikutip dari <http://Repository.IPI.ac.id>. tanggal 02 April 2017
- Pangestu, Suci Dwi. Sri Suryoko, *Pengaruh Gaya Hidup (Lifesyle) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang Semarang:https://ejournal.undip.ac.id,2016*, dikutip dari <httphttps://ejournal.undip.ac.id>, tanggal 30 Juni 2019
- Rahman, Afzalur. *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II*. Yogyakarta: IKAPI, 2001
- Rahman, Arif. *Gaya Hidup Muslim*, www.Landasanteori/gaya-hidup-muslim.co.id, (Akses, 27 Agustus 2016)
- Rozalinda. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo, 2014
- Setiawan, Dewi Endah Kusriani. *Ekonometrika*. Yogyakarta: Andi. 2009
- SIKAD IAIN Bengkulu. siakad.iainbengkulu.ac.id. Akses: Jumat, 12 Agustus 2016
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* Bandung: Alfabeta. 2011

Suryani, et. al. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian*

Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta : Kencana 2015

Supriadi, Dedi. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2013

**L
A
M
P
I
R
A
N**

TABULASI DATA HASIL UJI COBA INSTRUMEN PENELITIAN DI STAIN CURUP

NO	RESPONDEN	Gaya Hidup								TOTAL	RATA-RAT.	PERILAKU KONSUMEN					TOTAL	RATA-RAT.		
		1	2	3	4	5	6	7	8			1	2	3	4	5				
1	Khoisa Maryasi	5	5	3	5	5	5	5	3	36	4.5	2	5	4	2	1	14	2.8		
2	Hapsari Yanti	3	4	4	4	3	3	2	3	26	3.25	2	3	3	2	3	13	2.6		
3	Sisr Susanti	3	5	2	4	2	3	2	4	25	3.125	2	3	5	2	2	14	2.8		
4	Fitriawanti	3	5	3	4	3	3	4	3	28	3.5	3	5	3	2	2	15	3		
5	Zuhria Aini	5	5	2	4	5	3	3	5	32	4	3	4	3	2	3	15	3		
6	Desi Nilasari	3	4	3	4	2	2	2	5	25	3.125	2	4	4	2	2	14	2.8		
7	Wulan Ratnasari	5	4	4	4	2	4	4	5	32	4	3	3	3	2	2	13	2.6		
8	Leri Septiarti	3	4	3	4	2	4	5	3	28	3.5	2	5	4	3	2	16	3.2		
9	Ifah Ilyasa Ramadanid	5	5	5	4	5	3	3	4	34	4.25	2	3	3	2	2	12	2.4		
10	Herlina	3	5	3	3	2	3	5	3	27	3.375	3	3	3	3	3	15	3		
11	Putri	3	4	5	5	2	4	3	4	30	3.75	2	3	3	2	2	12	2.4		
12	Tri Lestari	3	4	3	3	2	3	2	3	23	2.875	2	4	4	2	2	14	2.8		
13	Dika Ellysa	3	5	3	3	2	4	3	4	27	3.375	3	3	5	3	3	17	3.4		
14	Sri Maharani	4	4	2	4	2	3	2	3	24	3	2	2	5	3	2	14	2.8		
15	R15	4	4	5	4	2	3	4	3	29	3.625	2	3	3	2	2	12	2.4		
16	R16	2	4	2	4	3	2	3	3	23	2.875	2	5	4	2	3	16	3.2		
17	R17	3	4	3	3	2	2	4	2	23	2.875	2	5	5	3	2	17	3.4		
18	R18	3	3	5	2	2	2	3	3	23	2.875	2	3	5	2	2	14	2.8		
19	R19	5	4	3	3	2	1	2	4	24	3	3	3	3	2	3	14	2.8		
20	R20	3	3	2	3	2	3	2	2	20	2.5	2	3	4	3	3	15	3		
21	R21	3	3	1	5	3	3	5	1	24	3	2	3	3	1	2	11	2.2		
22	R22	3	5	1	5	2	3	2	4	25	3.125	2	3	3	2	2	12	2.4		
23	R23	4	3	3	5	3	2	5	3	28	3.5	1	3	4	2	3	13	2.6		
24	R24	3	5	3	5	2	3	2	5	28	3.5	2	3	5	2	2	14	2.8		
25	R25	3	5	3	5	2	3	3	3	27	3.375	1	4	3	3	2	13	2.6		
26	R26	4	3	3	4	3	2	1	3	23	2.875	2	3	3	3	2	13	2.6		
27	R27	5	3	2	3	2	4	3	3	25	3.125	2	3	4	2	3	14	2.8		
28	R28	4	3	3	3	2	2	2	2	21	2.625	1	3	3	3	2	12	2.4		
29	R29	4	4	3	3	3	3	3	5	28	3.5	2	3	3	2	3	13	2.6		
30	R30	5	3	3	4	2	1	4	5	27	3.375	1	4	3	2	2	12	2.4		
		Skor Rentang Nilai				X	Persentase %				Skor Rentang Nilai					Y	Persentase			
TIDAK PERNAH		2.2	-	2.6	2	6.6666667				TIDAK PERNAH		2.2	-	2.6	13	43.3333333				
HAMPIR TIDAK PERNAH		2.7	-	3.1	12	40				HAMPIR TIDAK PERNAH		2.7	-	3.1	13	43.3333333				
KADANG-KADANG		3.2	-	3.6	11	36.6666667				KADANG-KADANG		3.2	-	3.6	4	13.3333333				
SERING		3.7	-	4.1	3	10				SERING		3.7	-	4.1	0	0				
SELALU		4.2	-	4.6	2	6.6666667				SELALU		4.2	-	4.6	0	0				
TOTAL						30	100				TOTAL					30	100			

TABULASI DATA PENELITIAN

RES NDEN	Gaga Hidup								TOT	RAT RATA	PERILAKU KONSUMEN				TOT	RAT RATA
	1	2	3	4	5	6	7	8			1	2	3	4		
	1	3	2	2	2	3	1	2			2	17	2.13	3		
2	4	2	2	2	3	3	3	3	22	2.75	2	2	3	2	9	2.25
3	5	5	4	5	3	5	4	3	34	4.25	5	4	5	3	17	4.25
4	5	5	5	5	5	4	3	4	36	4.5	5	4	5	4	18	4.5
5	4	4	4	4	3	4	3	2	28	3.5	3	5	4	3	15	3.75
6	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4.88	5	5	5	5	20	5
7	4	5	5	5	3	2	2	2	28	3.5	5	4	2	4	15	3.75
8	5	5	5	4	3	5	4	3	34	4.25	5	4	5	3	17	4.25
9	5	4	4	4	5	5	5	5	37	4.63	5	5	3	5	18	4.5
10	5	4	5	5	5	5	5	5	39	4.88	2	2	2	2	8	2
11	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4.88	5	4	5	5	19	4.75
12	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4.88	5	4	5	5	19	4.75
13	5	5	5	5	5	4	3	5	37	4.63	4	4	5	5	18	4.5
14	2	1	2	2	1	3	3	3	17	2.25	3	2	2	2	9	2.25
15	5	5	4	5	3	5	4	3	34	4.25	3	5	4	5	17	4.25
16	5	5	5	3	3	3	3	3	30	3.75	5	3	4	3	15	3.75
17	1	2	3	3	4	3	3	3	22	2.75	2	3	2	2	9	2.25
18	5	5	3	2	2	3	2	3	25	3.13	2	2	3	2	9	2.25
19	5	5	5	5	2	4	4	4	34	4.25	5	4	4	4	17	4.25
20	5	5	4	5	5	5	5	4	38	4.75	5	5	5	3	18	4.5
21	4	5	5	3	4	4	5	5	35	4.38	5	4	5	3	17	4.25
22	5	4	5	5	4	4	4	4	35	4.38	4	5	4	4	17	4.25
23	5	4	5	4	3	3	3	3	30	3.75	4	4	4	3	15	3.75
24	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4.88	5	4	5	4	18	4.5
25	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4.88	4	5	4	5	18	4.5
26	4	5	5	3	5	3	5	5	35	4.38	5	4	5	3	17	4.25
27	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4.88	2	3	3	2	10	2.5
28	2	2	3	3	1	2	2	2	17	2.13	2	3	4	2	11	2.75
29	4	2	3	3	3	2	2	3	22	2.75	2	3	2	2	9	2.25
30	4	2	3	2	3	2	3	3	22	2.75	3	2	2	2	9	2.25
31	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4.88	5	5	4	4	18	4.5
32	5	4	5	5	5	5	5	5	39	4.88	4	5	4	5	18	4.5
33	4	5	5	5	5	4	4	3	35	4.38	5	4	5	3	17	4.25
34	5	5	5	3	3	4	3	3	31	3.88	4	5	3	4	15	3.75
35	5	5	5	5	5	4	5	5	39	4.88	5	5	4	4	18	4.5

36	1	2	3	3	4	3	3	3	22	2.75	2	2	3	2	9	2.25
37	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4.88	5	5	5	5	20	5
38	4	4	3	5	5	4	5	5	35	4.38	5	5	4	3	17	4.25
39	1	2	3	3	4	3	3	3	22	2.75	2	3	2	2	9	2.25
40	3	4	5	3	3	3	2	2	25	3.13	2	4	4	4	14	3.5
41	5	5	5	5	3	4	4	4	35	4.38	4	5	3	5	17	4.25
42	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4.88	5	4	4	5	18	4.5
43	5	5	5	5	5	5	4	5	39	4.88	5	5	4	4	18	4.5
44	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4.88	5	5	5	5	20	5
45	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4.88	4	5	5	5	19	4.75
46	4	5	5	3	5	3	5	5	35	4.38	4	5	3	5	17	4.25
47	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4.88	5	4	5	5	19	4.75
48	3	2	2	3	3	1	1	2	17	2.13	3	2	3	3	11	2.75
49	5	4	5	2	2	3	2	3	26	3.25	3	4	5	2	14	3.5
50	5	4	4	4	2	5	4	5	33	4.13	4	4	5	3	16	4
51	5	4	4	3	3	4	4	4	31	3.88	5	4	3	3	15	3.75
52	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4.88	5	4	5	4	18	4.5
53	3	2	2	2	2	2	1	3	17	2.13	3	3	3	2	11	2.75
54	5	4	5	5	5	5	5	5	39	4.88	5	4	5	4	18	4.5
55	2	2	3	2	2	2	2	2	17	2.13	2	2	2	2	8	2
56	5	4	5	5	3	5	4	2	33	4.13	5	3	3	4	15	3.75
57	2	1	3	3	2	2	2	2	17	2.13	2	2	2	2	8	2
58	5	5	5	5	5	3	5	3	36	4.5	5	4	4	4	17	4.25
59	5	5	5	5	5	5	4	5	39	4.88	4	5	4	5	18	4.5
60	5	4	5	5	3	5	3	3	33	4.13	4	4	5	3	16	4
61	5	5	5	4	5	5	3	4	36	4.5	4	5	3	5	17	4.25
62	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4.88	5	5	4	4	18	4.5
63	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4.88	5	5	5	4	19	4.75
64	5	5	5	5	5	5	3	3	36	4.5	5	4	5	3	17	4.25
65	1	2	3	3	4	3	3	3	22	2.75	4	4	3	3	14	3.5
66	5	5	4	4	2	2	2	2	26	3.25	4	3	4	3	14	3.5
67	5	5	5	5	5	4	5	5	39	4.88	5	5	5	3	18	4.5
68	4	2	2	3	3	2	3	3	22	2.75	2	2	3	2	9	2.25
69	5	4	4	5	2	5	3	5	33	4.13	3	5	4	3	15	3.75
70	5	5	4	4	2	2	3	2	27	3.38	4	4	4	2	14	3.5
71	1	3	3	3	3	3	3	3	22	2.75	2	2	3	2	9	2.25
72	5	5	4	4	3	2	3	2	28	3.5	5	3	3	3	14	3.5
73	5	5	3	5	3	2	2	3	28	3.5	4	3	4	3	14	3.5
74	5	4	5	5	3	5	4	2	33	4.13	4	4	4	3	15	3.75
75	5	4	4	5	2	5	3	5	33	4.13	4	4	4	3	15	3.75

76	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4.88	3	3	3	2	11	2.75
77	5	4	4	3	2	5	3	2	28	3.5	5	3	3	3	14	3.5
78	3	2	3	3	2	3	3	3	22	2.75	2	3	5	4	14	3.5
79	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4.88	5	5	4	4	18	4.5
80	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4.88	4	5	5	5	19	4.75
81	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4.88	5	5	5	5	20	5
82	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4.88	5	5	5	3	18	4.5
83	4	3	2	3	2	3	2	3	22	2.75	4	3	3	4	14	3.5
84	5	4	5	4	3	5	2	5	33	4.13	4	5	3	3	15	3.75
85	5	5	5	4	3	5	4	3	34	4.25	5	5	3	3	16	4
86	3	2	3	3	2	3	3	3	22	2.75	3	3	4	4	14	3.5
RATA-RATA										3.97116						3.77616

DOKUMENTASI DALAM RANGKA KEGIATAN PRA PENELITIAN DI FAKULTAS SYARIAH
DAN EKONOMI ISLAM SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI CURUP PADA
TANGGAL 22 FEBRUARI 2017



**DOKUMENTASI DALAM RANGKA KEGIATAN PRA PENELITIAN DI PENELITIAN DI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
PADA TANGGAL 24-25 SEPTEMBER 2018**



UJI VALIDITAS GAYA HIDUP

Correlations

		G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	TOTAL
G1	Pearson Correlation	1	.791**	.637**	.603**	.291**	.579**	.455**	.440**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
G2	Pearson Correlation	.791**	1	.797**	.683**	.504**	.603**	.584**	.490**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
G3	Pearson Correlation	.637**	.797**	1	.627**	.491**	.643**	.572**	.462**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
G4	Pearson Correlation	.603**	.683**	.627**	1	.519**	.669**	.596**	.499**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
G5	Pearson Correlation	.291**	.504**	.491**	.519**	1	.499**	.712**	.648**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
G6	Pearson Correlation	.579**	.603**	.643**	.669**	.499**	1	.721**	.671**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
G7	Pearson Correlation	.455**	.584**	.572**	.596**	.712**	.721**	1	.750**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
G8	Pearson Correlation	.440**	.490**	.462**	.499**	.648**	.671**	.750**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
TOTAL	Pearson Correlation	.747**	.849**	.809**	.805**	.732**	.842**	.845**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86

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

UJI RELIABILITAS GAYA HIDUP

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	8

UJI VALIDITAS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM

Correlations

		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.633**	.558**	.561**	.840**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86
P2	Pearson Correlation	.633**	1	.547**	.670**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86
P3	Pearson Correlation	.558**	.547**	1	.483**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	86	86	86	86	86
P4	Pearson Correlation	.561**	.670**	.483**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	86	86	86	86	86
TOTAL	Pearson Correlation	.840**	.862**	.776**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86

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

UJI RELIABILITAS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	4

UJI NORMALITAS

Descriptive Statistics

	N	Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error
x	86	-.882	.514
y	86	-.646	.514
Valid N (listwise)	86		

UJI HOMOGENITAS

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
x	.804	1	84	.372
y	3.302	1	84	.073

UJI LINEARITAS

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x	(Combined)	46.543	15	3.103	10.616	.000
	Between Groups	44.875	1	44.875	153.529	.000
	Linearity	1.669	14	.119	.408	.968
	Deviation from Linearity	20.460	70	.292		
	Within Groups	67.004	85			
Total						

ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.638	.247		2.585	.011
	X	.790	.061	.818	13.052	.000

a. Dependent Variable: y

UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.638	.247		2.585	.011
	x	.790	.061	.818	13.052	.000

a. Dependent Variable: y

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.670	.666	.51326

a. Predictors: (Constant), x

Catatan :

- Variabel Gaya Hidup dilambangkan “ X ”
- Variabel Perilaku Konsumen dilambangkan “ Y ”



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGRULU
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Alamat : Jl. Radan Falah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

I. IDENTITAS MAHASISWA

Nama : FITRI NOMIASARI
NIM : 212 313 9102
Prodi : EKONOMI SYARIAH
Semester : VII

Judul Proposal yang diusulkan :

1. Penerapan Keadaan Islam terhadap sistem upah harian kuli bangunan di Kota Bengkulu
2. Pengaruh Online SHOPPING TERHADAP TINGKAT KONSUMTIF MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
3. Penerapan Etika Pemasaran Islami Terhadap Kesadaran jenis Produk di PTM Kota Bengkulu
4. Faktor-Faktor yg mempengaruhi Anggota Koperasi Belum mampu menggunakan pembiayaan dlm PROSES KONSULTASI sistem Bagi hasil (Studi kasus Koperasi Berkah Syariah Sawah lebar Bkl)
 - a. Konsultasi dengan Pembimbingan Akademik
Catatan: *Ala, Judul No-2*

PA
Ahmad Mathori
AHMAD MATHORI, S.pd, Ma
Nip. 195602071905031005

- b. Konsultasi dengan Dosen Bidang Ilmu
Catatan: *Judul No-2 lanjutan ke proposal lengkap.*

Dosen
Miti Yarminda
Miti Yarminda

III. JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pembimbing Akademik dan Dosen Bidang Ilmu, maka judul yang saya usulkan adalah : Pengaruh online SHOPPING TERHADAP TINGKAT KONSUMTIF MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU

Mengetahui,
A. ~~Ket~~/Sekjur

Miti Yarminda
Miti YARMINDA, M. Ag

Bengkulu,
Mahasiswa

2016

Fitri Nomiasari
FITRI NOMIASARI
NIM. 212 313 9102



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

Nomor : In.11/F.IV/ PP.00.9/0616/2016
Lampiran : -
Perihal : Penelitian Pendahuluan

Bengkulu, 24 Agustus 2016

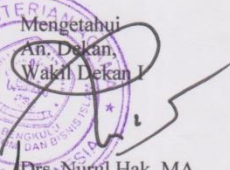
Kepada Yth,
Bapak/Ibu Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Di -
Bengkulu

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.
Menindaklanjuti Surat Permohonan Mahasiswa

Nama : Fitri Nomiasari
NIM : 2123139102
Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Maka dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang dibutuhkan, dalam rangka penyelesaian tugas akhir/Skripsi mahasiswa tersebut. Yang Berjudul :**"PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MUSLIM (STUDI KMAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM) IAIN BENGKULU "**.

Demikianlah, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Mengetahui
An. Dekan,
Wakil Dekan I

Drs. Nurul Hak, MA
NIP.196606161995031002



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa, Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

Nomor : In.11/F.IV/PP.00.9/ /2016 Bengkulu, 12 April 2016
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : **Penyampaian Jadwal
Seminar Proposal**



Kepada Yth :
Bapak/ Ibu .
Dosen Penyeminar Proposal Mahasiswa
Di
Bengkulu

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Sehubungan akan dilaksanakan seminar proposal mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu tahun 2016, maka dimohon kepada Bapak/Ibu untuk menyeminar proposal mahasiswa sebagaimana jadwal terlampir.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih

Mengetahui
Dekan,

Dr. Asnaini, MA
NIP: 197304121998032003

Tembusan :
1. Rektor IAIN Bengkulu
2. Arsip



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

SURAT PENUNJUKAN

Nomor : In.11/ F.IV/PP.00.9/0756 /2016

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dr. Toha Andiko, M.Ag
NIP. : 197508272000031001
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Rini Elvira, SE., M.Si
NIP. : 19770815 201101 2 007
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

N A M A : Fitri Nomiasari
NIM : 2123139102
JURUSAN : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN MUSLIM (STUDI MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN BENGKULU)**

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 03 Oktober 2016
Dekan


Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

Nomor : 0069/In.11/F.IV/PP.00.9/01 /2017
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Bengkulu, 23 Januari 2017

Kepada Yth,
1. Kepala Badan KESBANGPOL
Provinsi Bengkulu
2. – Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
- Ketua Jurusan Syari'ah dan
Ekonomi Islam STAIN Curup.
di-
Bengkulu

Assalamu'alaikum Wr .Wb


Sehubungan dengan penyelesaian Studi Sarjana S.1 pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2016/2017 atas nama :

Nama : FITRI NOMIASARI
NIM : 212 313 9102
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam
Waktu Penelitian : 20 Januari – 20 Februari 2017

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : **"PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MUSLIM (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)"**.

Tempat Penelitian : - Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
- Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Curup.

Demikianlah atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih

Mengetahui
Am. Dekan,
Wakil Dekan I

Drs. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002



PEMERINTAH PROVINSI BENGKULU

BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

JL. PEMBANGUNAN NOMOR 1 TELP. (0736) 26967 – 21450 PESAWAT 283, 285 BENGKULU

REKOMENDASI

Nomor : 503 / 265 / BKBP / 2017

TENTANG PENELITIAN

- Dasar :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 Tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian
 2. Surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Nomor : In.11/F.IV/PP.00.9/0069/2017 . tanggal 13 Januari 2017 Perihal Rekomendasi Penelitian. Diterima di Badan Kesbangpol Provinsi Bengkulu Tanggal 26 Januari 2017.

Nama / NIM : Fitri Nomiasari / 212 313 9102
Pekerjaan : Mahasiswa
Maksud : Melakukan Penelitian
Judul Proposal Penelitian : Pengaruh Gaya hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu
Daerah Penelitian : 1. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Curup
2. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu
Waktu Penelitian/Kegiatan : 26 Januari 2017 s.d 26 Februari 2017
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

Dengan ini merekomendasikan penelitian yang akan diadakan dengan ketentuan :

- a. Sebelum melakukan penelitian harus melapor kepada Gubernur/ Bupati/ Walikota Cq. Kepala Badan/Kepala Kantor Kesbang Pol dan Linmas atau sebutan lain setempat.
- b. Harus mentaati semua ketentuan Perundang-undangan yang berlaku.
- c. Selesai melakukan penelitian agar melaporkan/menyampaikan hasil penelitian kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Bengkulu
- d. Apabila masa berlaku Rekomendasi ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan penelitian belum selesai, perpanjangan Rekomendasi Penelitian harus diajukan kembali kepada instansi pemohon.
- e. Rekomendasi ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang surat rekomendasi ini tidak mentaati/mengindahkan ketentuan-ketentuan seperti tersebut di atas.

Demikian Rekomendasi ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 26 Januari 2017



- Tembusan disampaikan kepada Yth :
1. Kepala Kesbangpol Kab. Rejang Lebong
 2. Rektor IAIN Bengkulu
 3. Dekan FEBI Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
 4. Yang bersangkutan

SURAT PERNYATAN *PLAGIARISM CHECKER*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitri Nomiasari

NIM : 2123139102

Telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui <http://smalseotools.com/plagiarism-checker/>, skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk pengguna sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan ulang kembali

Mengetahui Tim Verifikasi,



Andang Sunarto, Ph.D
Nip. 197611242006041002

Bengkulu, 19 Februari 2019
Yang membuat pernyataan,



Fitri Nomiasari
NIM. 212 313 9102

INSTRUMEN PENELITIAN

“Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu”

Assalamualaikum Wr. Wb

Responden yang Terhormat,

Nama saya Fitri Nomiasari NIM. 212 313 9102, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Saya sedang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu)” yang merupakan sumber data utama bagi skripsi, maka dimohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Bengkulu, Desember 2016

Hormat saya

Fitri Nomiasari

NIM. 212 313 9102

A. Identitas Responden

Nama : (Boleh tidak diisi)

Jenis Kelamin :

Prodi/Semester :

B. Petunjuk

1. Dibawah ini disajikan 8 butir pernyataan, anda diminta untuk menjawab setiap butir pernyataan tersebut.
2. Berilah jawaban pernyataan berikut sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia.
3. Keterangan skala likert yang tersedia yaitu :
 - A. Selalu (S) : Skor 5
 - B. Sering (SR) : Skor 4
 - C. Kadang-kadang (KK) : Skor 3
 - D. Jarang (JR) : Skor 2
 - E. Tidak Pernah (TP) : Skor 1

No	Item Pernyataan	Alternatif Skala				
		S	SR	KK	JR	TP
	Gaya Hidup (X)					
1.	Saya membeli barang dan jasa dengan memperhatikan kehalalan sertifikasi label					
2.	Saya membeli barang dan jasa dengan memperhatikan kehalalan bahan baku olahan					
3.	Saya menjauhi barang dan jasa yang dapat merugikan tubuh saya					
4.	Saya menjauhi barang dan jasa yang dapat merusak akhlak saya					
5.	Saya menerapkan hidup sederhana terhadap					

	barang dan jasa					
6.	Saya mengonsumsi sesuai kebutuhan					
7.	Saya memperhatikan kebersihan barang yang saya konsumsi					
8.	Saya menjaga kebersihan tangan dalam mengonsumsi					
Perilaku Konsumen Muslim (Y)						
9.	Saya membuat perencanaan atas barang dan jasa yang akan saya konsumsi					
10.	Saya berdoa sebelum makan					
11.	Saya berdoa setelah makan					
12.	Saya menyisihkan sebagian pendapatan untuk membayar sedekah					
13.	Saya menyisihkan sebagian pendapatan untuk membayar infaq					

Terima Kasih Atas Partisipasi Anda

Bengkulu, Januari 2017

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Toha Andiko, M.Ag
NIP. 197508272000031001

Rini Elvira, S.E.,M.Si
NIP. 197708152011012007



Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
REKAPITULASI JUMLAH MAHASISWA
PROGRAM SEMUA
PER 25 JUNI 2018
2017/2018 - Genap

Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi	Angkatan	Abit Lulusan	Abit Perempuan	Abit Total	Out Lulusan	Out Perempuan	Out Total	Lulus Lulusan	Lulus Perempuan	Lulus Total	Drop Out Lulusan	Drop Out Perempuan	Drop Out Total	Tidak Abit Lulusan	Tidak Abit Perempuan	Tidak Abit Total	Abit Total
Perbankan Syariah	2011	0	0	0	0	0	0	7	13	20	1	0	1	0	2	2	23
	2012	1	0	1	0	0	0	6	9	15	0	1	1	4	0	4	21
	2013	29	25	54	0	0	0	32	98	130	10	35	45	6	9	15	244
	2014	74	130	204	0	0	0	0	8	8	12	22	34	6	11	17	263
	2015	57	180	237	1	0	1	0	0	0	3	9	12	8	10	18	268
	2016	47	143	190	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	4	15	211
	2017	60	131	191	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	196
	2018	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Jumlah Perbankan Syariah		268	611	879	1	1	2	45	128	173	26	68	94	28	52	80	1.228
Jumlah		268	611	879	1	1	2	45	128	173	26	68	94	28	52	80	1.228



Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
REKAPITULASI JUMLAH MAHASISWA
PROGRAM SEMUA
PER 25 JUNI 2018
2017/2018 - Genap

Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi	Angkatan	Ahli Laki-laki	Ahli Perempuan	Ahli Total	Out Laki-laki	Out Perempuan	Out Total	Lulus Laki-laki	Lulus Perempuan	Lulus Total	Drop Out Laki-laki	Drop Out Perempuan	Drop Out Total	Tidak Ahli Laki-laki	Tidak Ahli Perempuan	Tidak Ahli Total	Jumlah Total
Ekonomi Syari'ah	2009	0	0	0	0	0	0	4	17	21	0	0	0	0	0	0	21
	2010	0	0	0	0	0	0	5	28	33	0	2	2	5	2	7	42
	2011	1	0	1	0	0	0	18	56	74	0	3	3	4	17	21	99
	2012	7	8	15	0	0	0	39	85	124	16	20	36	6	12	18	193
	2013	22	11	33	0	0	0	55	87	142	17	35	52	11	11	22	249
	2014	70	105	175	0	0	0	0	8	8	19	24	43	10	6	16	242
	2015	95	134	229	0	0	0	0	0	0	8	6	14	22	18	40	283
	2016	62	133	195	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	13	21	216
	2017	63	104	167	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	3	8	175
2018	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	
Jumlah Ekonomi Syari'ah		321	496	817	0	0	0	121	281	402	60	90	150	71	82	153	1.522
Jumlah		321	496	817	0	0	0	121	281	402	60	90	150	71	82	153	1.522