

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN  
GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF IBU  
RUMAH TANGGA MUSLIM DI DESA SAYUTAN,  
KECAMATAN PARANG, MAGETAN**

**SKRIPSI**



Oleh :

Ade Julia Tika Sari

NIM 401200139

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2024**

## ABSTRAK

Sari, Ade Julia Tika. Pengaruh Media Sosial, Tingkat Pendidikan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Muslim Di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Skripsi. 2024. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Khoirun Nisak, M.SEI.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Tingkat Pendidikan, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu kegiatan seseorang ataupun individu dalam mengonsumsi barang ataupun jasa secara berlebihan dengan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga muslim Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan dengan jumlah 1084 orang, dengan sampel penelitian sebanyak 92 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Quota Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial.

Hasil penelitian menunjukkan, Media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim, Tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim, Gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim, Ada pengaruh secara simultan media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo

### LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	Nama	NIM	Jurusan	Judul
1.	Ade Julia Tika Sari	401200139	Ekonomi Syariah	Pengaruh Media Sosial, Tingkat Pendidikan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Muslim Di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diajukan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 20 Maret 2024

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag. M.E.I.**

NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

**Khoirun Nisak, M.SEL.**

NIP. 199208222020122016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo

---

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Media Sosial, Tingkat Pendidikan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Muslim Di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan

Nama : Ade Julia Tika Sari

NIM : 401200139

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diajukan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

**Dewan penguji:**

Ketua Sidang  
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.  
NIP 197502072009011007

Penguji I  
Dr. Hj. Ely Masykuroh, MSI  
NIP 107202111999032003

Penguji II  
Khoirun Nisak, M.SEI.  
NIP 199208222020122016

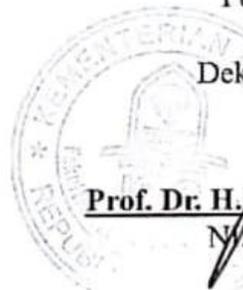
:  
(  )

:  
(  )

:  
(  )

Ponorogo, 24 April 2024

Mengesahkan,  
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



  
**Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.**  
NIP 197207142000031005

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ade Julia Tika Sari

NIM : 401200139

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Media Sosial, Tingkat Pendidikan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Musim Di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ic.id](http://etheses.iainponorogo.ic.id). Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 28 April 2024

Pembuat Pernyataan



Ade Julia Tika Sari

NIM 401200139

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda dibawah ini:

Nama : Ade Julia Tika sari

Nim : 401200139

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan skripsi yang berjudul:

PENGARUH MEDIA SOSIAL, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF IBU RUMAH TANGGA MUSLIM DI  
DESA SAYUTAN, KECAMATAN PARANG, MAGETAN

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 17 Maret 2024

Pembuat Pernyataan,



  
Ade Julia Tika Sari  
NIM 401200139

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manusia, sebagai ciptaan Tuhan, diberi tanggung jawab sebagai pemelihara di muka bumi ini. Dalam kehidupannya sehari-hari, manusia selalu berusaha memenuhi kebutuhannya yang tak pernah berhenti, karena manusia hakikatnya tidak bisa terlepas dari kebutuhan. Pada dasarnya kegiatan ekonomi bertujuan untuk mengelola sumber daya yang terbatas agar bisa memenuhi kebutuhan manusia. Pelaku ekonomi sendiri meliputi rumah tangga, perusahaan, masyarakat, dan negara. Dalam rumah tangga, perilaku konsumsi tidak bisa dihindarkan, baik untuk kebutuhan pokok maupun kebutuhan lainnya.<sup>1</sup>

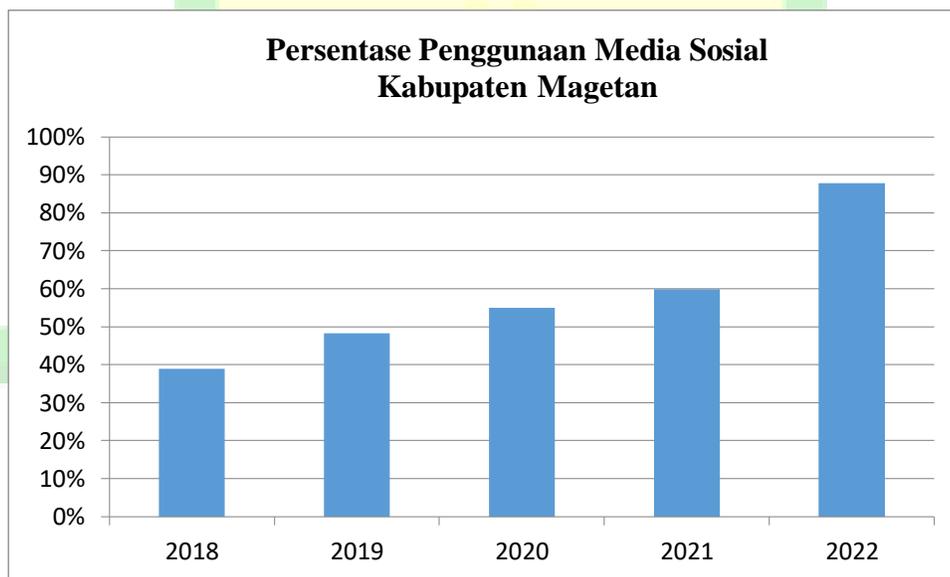
Desa Sayutan merupakan desa yang terletak di Kecamatan Parang, wilayah administratif Kabupaten Magetan. Di desa ini terdapat beberapa kelompok organisasi keislaman seperti Fatayat dan Muslimat, dimana anggota dari organisasi tersebut kebanyakan dari kalangan ibu-ibu rumah tangga. Dari hasil pengamatan di Desa Sayutan saat ini banyak sekali ibu-ibu rumah tangga yang menggunakan *smartphone*, sehingga tidak sedikit ibu rumah tangga di Desa Sayutan yang memiliki media sosial seperti Tiktok, Facebook, Instagram, dan

---

<sup>1</sup> Dewi Rionita dan Tika Widiastuti, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim Di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi)," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Volume 6, Nomor 2 (2020): 288.

Whatsapp. Kebanyakan ibu-ibu di Desa Sayutan ini merupakan ibu rumah tangga yang telah memiliki anak yang berusia remaja bahkan beberapa dari mereka telah memiliki cucu namun masih tetap eksis di media sosial.<sup>2</sup> Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa apabila mereka mendapatkan informasi tentang barang dengan model baru dan menarik mereka akan tertarik membelinya tanpa memikirkan apakah barang tersebut sesuai dengan kebutuhan atau tidak.<sup>3</sup> Hal ini dapat dilihat dari peningkatan penggunaan media sosial selama lima tahun terakhir, yaitu sebagai berikut:<sup>4</sup>

**Gambar 2.1**



Sumber: BPS Kabupaten Magetan

<sup>2</sup> Ade Julia Tika Sari, *Observasi*, 25 Maret 2023.

<sup>3</sup> Nisa Lestari, "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga dalam Masyarakat Desa Ganting, Kecamatan Simeulue Timur", *Skripsi* (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020), 6.

<sup>4</sup> BPS Kabupaten Magetan, "Publikasi – BPS Magetan – Badan Pusat Statistik", diakses pada tanggal 12 April 2024, <https://magetankab.bps.go.id/publication.html?Page=4>

Dari data di atas dapat dilihat bahwa nilai persentase dari penggunaan media sosial pada masyarakat Kabupaten Magetan mengalami peningkatan yang cukup pesat selama lima tahun terakhir. Peningkatan penggunaan media sosial tersebut dapat menyebabkan pertumbuhan ekonomi mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal tersebut ditandai dengan meningkatnya tingkat konsumsi pada masyarakat. Pada awalnya konsumsi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia tetapi seiring waktu konsumsi telah berubah, kini tidak hanya untuk kebutuhan sehari-hari, melainkan untuk memuaskan keinginan pribadi yang dikenal sebagai perilaku konsumtif.<sup>5</sup>

Perilaku konsumtif adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang secara langsung dengan tujuan akhir untuk memperoleh dan selanjutnya menggunakan tenaga kerja dan produk secara berlebihan padahal sebenarnya tenaga dan produk tersebut tidak diperlukan dan hanya untuk mencapai kepuasan individu yang maksimal.<sup>6</sup> Beberapa faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi sehingga membentuk pola perilaku konsumtif yaitu faktor kebudayaan (budaya, kelas sosial), sosial (kelompok referensi, keluarga), dan pribadi (usia, pekerjaan, gaya hidup, konsep diri).<sup>7</sup> Menurut Yusuf al-Qaradhawi konsep dalam

---

<sup>5</sup> Risnawati, "Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh), *Skripsi* (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020), 1.

<sup>6</sup> Nova Titin Lestari dan Moh. Faizin, "Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, Volume 2, Nomor 2 (2022): 232.

<sup>7</sup> K. L Kotler, P., & Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2009).

konsumsi adalah menafkahkan harta dalam kebaikan, menjauhi sifat kikir, memerangi kemewahan dan pemborosan, serta sikap sederhana. Sehingga bisa dikatakan perilaku konsumtif tersebut sangat berlawanan terhadap konsep yang telah dikemukakan oleh Yusuf al-Qaradhawi.<sup>8</sup>

Mengingat seiring dengan perkembangan zaman saat ini tidak heran banyak orang-orang yang melakukan gaya hidup konsumtif, karena gaya hidup masyarakat saat ini cenderung lebih modern, dimana masyarakat banyak yang mengikuti gaya hidup yang hedonis, akibatnya masyarakat lebih berperilaku konsumtif. Gaya hidup atau yang sering dikenal dengan *lifestyle* ini meliputi segala aspek yang ada pada kehidupan, diantaranya seperti cara berpakaian, kendaraan yang digunakan, alat komunikasi yang digunakan, serta sekolah yang dipilih. Dilihat dari hal tersebut perilaku konsumtif seringkali dilakukan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan, meskipun kesenangan tersebut hanya bersifat semu.<sup>9</sup>

Tidak hanya dilakukan dikalangan remaja perilaku konsumtif saat ini juga banyak ditemui pada kalangan ibu rumah tangga, dimana kebanyakan dari mereka tidak hanya melakukan konsumsi untuk pemenuhan kebutuhan pokok, tetapi juga untuk memenuhi keinginan pribadinya. Hal tersebut dapat dipengaruhi karna adanya beberapa faktor seperti media sosial, tingkat

---

<sup>8</sup> Dafiari Syarif et al., "Pengaruh Konsumsi Islami Keluarga Muslim Sejahtera Terhadap Perilaku Konsumsi Sederhana Dengan Teori Yusuf Al-Qaradhawi (Studi Kasus Desa Koto Iman Kabupaten Kerinci)," *Jurnal Ekonomika*, Volume 14, Nomor 01 (2022): 247.

<sup>9</sup> Lestari dan Faizin, "Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun."

pendidikan, dan gaya hidup.<sup>10</sup> Sama seperti sebagian besar ibu rumah tangga saat ini, yang sering menghabiskan waktu mereka di platform media sosial seperti Facebook, Tiktok, Instagram, dan Whatsapp untuk mendapatkan update terkini dan lain sebagainya. Akibatnya, mereka tidak menyadari bahwa intensitas penggunaan media sosial tersebut dapat menjadi faktor pendorong seseorang dalam berperilaku konsumtif.<sup>11</sup>

Tidak hanya media sosial faktor lain yang dapat memunculkan perilaku konsumtif lainnya adalah tingkat pendidikan. Jadi, apabila seseorang memiliki pendidikan tinggi yang berkualitas maka akan meningkatkan kemampuan SDM, dan sebaliknya. Hal tersebut terjadi karena rendah tingginya pendidikan akan mempengaruhi pola pikir seseorang. Pendidikan dan pengetahuan yang luas dapat memberikan pemikiran pada seseorang dalam mengkonsumsi produk dan jasa. Jadi perkembangan penalaran dalam menentukan apakah suatu barang berguna atau tidak, erat kaitannya dengan pengetahuan dan tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang.<sup>12</sup> Permasalahan yang timbul karena rendahnya tingkat pendidikan, hal ini juga terjadi di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, magetan, terutama bagi ibu rumah tangga, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

---

<sup>10</sup> Risnawati, "Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh), 1.

<sup>11</sup> Firyal Naufali Muttaqin, Leny Noviani, dan Sudarno Sudarno, "Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, Volume 10, Nomor 3 (2022): 238.

<sup>12</sup> Riki Yahya, Isnaini Harahap, dan Zuhri M. Nawawi, "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendapatan, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 8, Nomor 03 (2022): 5.

**Tabel 1.1 Jumlah Lulusan Pendidikan Ibu Rumah Tangga Muslim Di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan**

No	Lulusan Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD/MI	450	41.51%
2	SMP/MTS	399	36.81%
3	SMA/SMK/MA	117	10.79%
4	Diploma	4	0.37%
5	Sarjana	21	1.94%
6	Tidak Sekolah	93	8.58%
<b>Total</b>		<b>1084</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan pada tabel diatas bisa diketahui bahwa tingkat lulusan pendidikan SD ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan mencapai 450, angka tersebut menunjukkan jumlah lulusan yang paling besar dibandingkan dengan jumlah lulusan lain. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa tingkat pendidikan ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan tergolong masih rendah.

Selain faktor media sosial dan tingkat pendidikan, faktor lain yang dapat memunculkan perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Seseorang yang terlibat dalam perilaku konsumtif umumnya akan mencoba berbagai metode untuk mengikuti tren gaya hidup *fashionable*.<sup>13</sup> Seseorang yang memiliki gaya hidup seperti ini biasanya memiliki ketertarikan yang tinggi dalam berbelanja, dan

<sup>13</sup> Lestari dan Faizin, "Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun," 231.

kebanyakan dari mereka tidak bisa mengontrol keuangan terutama saat mereka berada di toko atau *outlet* produk *fashion*.<sup>14</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa ibu rumah tangga di Desa Sayutan, kebanyakan mengatakan bahwa mereka sering melakukan pembelian barang karena tertarik setelah melihat postingan-postingan yang ada di media sosial. Barang yang mereka beli kebanyakan barang yang kurang mereka butuhkan, dan hanya bertujuan untuk memenuhi keinginannya semata. Seperti halnya Bu Diana salah satu ibu rumah tangga di Desa Sayutan, Bu Diana mengatakan bahwa dia senang membeli barang-barang yang menurutnya menarik dan lagi ngetrend di media sosial, apalagi ketika ada banyak promo, selain itu alasan lain dia senang berbelanja adalah karna adanya keinginan untuk menyamai dan juga ketertarikan setelah melihat temannya.<sup>15</sup> Namun berbeda dengan hasil wawancara dengan Bu Tarti yang lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginannya, hal tersebut dilakukan dengan alasan bahwa sebagai ibu rumah tangga dia harus selektif dalam memenuhi kebutuhan, apalagi dalam kehidupan rumah tangga tidak semestinya hanya memikirkan keinginan pribadi namun seharusnya juga memikirkan kebutuhan dalam keluarga yang menurutnya semakin hari semakin meningkat.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Silviana Meinawati Putri, Iranita Hervi Mahardayani, dan Latifah Nur Ahyani, "Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis Dan Kepribadian Ekstrovert Pada Wanita Dewasa Awal," *Jurnal Psikologi Perseptual* Volume, 7, Nomor 1 (2022): 123.

<sup>15</sup> Diana, *Wawancara*, 26 Maret 2023.

<sup>16</sup> Tarti, *Wawancara*, 26 Maret 2023.

Dari hasil pengamatan diatas sebagai masyarakat yang tinggal di negara yang mayoritas penduduknya muslim, masyarakat Indonesia harus mampu membentengi diri agar tidak terperosok kedalam lingkungan yang mengarah pada pola hidup konsumtif. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara menjalankan dan mengamalkan nilai-nilai Islam dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Selain itu, Rasulullah selalu menganjurkan umatnya untuk menerapkan gaya hidup yang sederhana. Dimana gaya hidup yang hedonis sangat dilarang dalam Islam, karena dalam Islam kita dilarang untuk menggunakan sesuatu dengan maksud untuk menyombongkan diri.<sup>17</sup>

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, alasan peneliti untuk mengambil variabel ini adalah karena hal tersebut sangat relevan dengan kondisi yang ada pada saat ini dan juga karena adanya faktor tersebut banyak masyarakat, terutama ibu rumah tangga muslim banyak yang melakukan perilaku konsumtif. Sehingga dengan adanya permasalahan tersebut peneliti ingin meneliti lebih dalam berkaitan dengan pengaruh yang menyebabkan ibu rumah tangga berperilaku konsumtif. Oleh sebab itu peneliti ingin mengangkat judul penelitian “Pengaruh Media Sosial, Tingkat Pendidikan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan”.

---

<sup>17</sup> Risnawati, “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh),” *Skripsi*, 2020, 1–9.

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan merujuk pada latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan?
- b. Apakah tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan?
- c. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan?
- d. Apakah media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan mempertimbangkan rumusan masalah yang ada, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

#### **D. Manfaat penelitian**

Harapan yang diinginkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan pihak lainnya, diantaranya:

##### **a. Manfaat Teoritis**

Harapannya, penelitian ini bisa menjadi alat untuk menerapkan konsep ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dan sumber informasi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan dampak media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di masa depan.

##### **b. Manfaat Praktis**

###### **1) Bagi Akademik**

Penelitian ini bisa menambah literatur sebagai bahan referensi rujukan ilmu pada perpustakaan IAIN Ponorogo yang khususnya berhubungan dengan pengaruh media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

## 2) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengalaman, pengetahuan dan juga acuan dalam menerapkan ilmu di dalam ekonomi syariah terutama terkait pengaruh media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

## 3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Harapannya, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi penelitian berikutnya. Dan juga penelitian berikutnya diharapkan dapat melanjutkan, melengkapi, dan memperluas variabel yang ada dalam penelitian ini, sehingga dapat digabungkan dengan penelitian lainnya.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Tujuan dari sistematika pembahasan ini adalah untuk mengilustrasikan rangkaian pemikiran penulis dari awal hingga akhir, sehingga penjelasan yang telah disampaikan dapat dimengerti dengan jelas. Struktur pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian yang terdiri dari berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan gambaran menyeluruh yang mengarahkan jalannya penelitian secara keseluruhan, terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur pembahasan.

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini mencakup tentang landasan teori, studi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian. Dimana teori yang dijelaskan yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain adalah perilaku konsumtif, media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode yang dipakai di dalam penelitian ini, yaitu rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrument penelitian, validasi dan reabilitas instrument, dan juga teknik pengolahan analisis data.

## **BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini merupakan hasil penelitian dan membahas mengenai pengaruh media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir yang membahas kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan beserta saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Perilaku Konsumtif

##### 1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.<sup>18</sup> Selain itu perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan seseorang dalam membeli barang tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut sesuai kebutuhannya atau tidak.<sup>19</sup> Dapat juga diartikan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu keinginan seseorang untuk mengkonsumsi barang yang sebenarnya barang tersebut kurang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumtif biasanya dilakukan untuk menunjukkan perilaku masyarakat yang memanfaatkan nilai uang lebih tinggi daripada nilai produksinya untuk membeli barang ataupun jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok.<sup>20</sup> Dengan kata lain bahwa perilaku konsumtif dilakukan dengan membeli segala hal yang dianggap mahal ataupun mewah yang dapat memberikan kepuasan terhadap penggunaannya dan adanya pola hidup yang

---

<sup>18</sup> Kotler, P., & Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13, terj. Bob Sabran.*

<sup>19</sup> Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan* (Bandung: Alfabeta, 2002).

<sup>20</sup> J Storey, *Cultural Studies Dan Kajian Budaya Pop* (Yogyakarta: Jalasutra, 2006).

telah dikendalikan dan didorong oleh adanya keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.

## 2. Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler Keller (2009), perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, maupun organisasi memilih, membeli, dan menggunakannya untuk memuaskan kebutuhan dan juga keinginan mereka. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut:<sup>21</sup>

### a. Faktor Budaya

- 1) Budaya, merupakan salah satu determinasi dasar keinginan dan juga perilaku seseorang. Budaya dapat diartikan sebagai segala nilai, pemikiran, dan simbol yang dapat mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan juga kebiasaan seseorang dan masyarakat. Adanya pengaruh kebudayaan pada perilaku konsumen dapat dilihat dari cara hidup, dan kebiasaan seseorang.<sup>22</sup> Hal tersebut bisa dilihat dari kebiasaan masyarakat saat ini yang banyak menggunakan media sosial untuk membantu mereka dalam melakukan permintaan atas bermacam-macam barang maupun jasa yang dibutuhkan.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Kotler, P., & Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*, terj. Bob Sabran.

<sup>22</sup> Ibid.

<sup>23</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen-Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), 227.

- 2) Sub budaya, merupakan sebagian kecil dari budaya yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk perilaku anggotanya. Terdapat empat macam sub budaya, diantaranya yaitu kelompok kebangsaan, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan wilayah geografis.
- 3) Kelas sosial, merupakan suatu pembagian kelompok masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda. Adanya perbedaan tersebut akan menggambarkan perbedaan pendidikan, pendapatan, pemilihan harta benda, gaya hidup, dan juga nilai-nilai yang dapat dianut. Pada dasarnya kelas sosial dapat mempengaruhi jenis produk, jasa dan juga merk yang dipilih oleh konsumen.<sup>24</sup>

#### b. Faktor Sosial

- 1) Kelompok referensi, merupakan kelompok yang dapat memengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen.<sup>25</sup> Atau dapat dikatakan semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.<sup>26</sup>
- 2) Keluarga, merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting di dalam masyarakat.<sup>27</sup> Sekain itu keluarga merupakan salah

---

<sup>24</sup> Sumarwan, *Perilaku Konsumen-Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*.

<sup>25</sup> Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian ( Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah )," *Jurnal Spirits*, Volume 2, Nomor 1 (2011): 6-7.

<sup>26</sup> Kotler, P., & Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13, terj. Bob Sabran*.

<sup>27</sup> Ibid.

satu unit terkecil yang dapat memberikan contoh fundamental bagi para anggotanya.

- 3) Peranan dan status, yaitu suatu kedudukan bagi seseorang dalam kelompok. Posisi seseorang dalam suatu kelompok dapat didefinisikan dari peran dan status yang dimiliki. Sehingga semakin tinggi peran seseorang dapat memberikan dampak bagi perilaku konsumsi itu sendiri.

c. Faktor Pribadi

- 1) Usia dan tahap daur hidup, yaitu perilaku konsumsi seseorang terhadap barang dan jasa yang sesuai dengan usia mereka. Dimana Selera seseorang dapat berhubungan dengan usia yang dimilikinya.<sup>28</sup>
- 2) Pekerjaan dan keadaan ekonomi, yaitu di dalam pemilihan suatu produk sangat dipengaruhi oleh pekerjaan dan keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi sendiri terdiri dari penghasilan seseorang yang dapat dibelanjakan, tabungan dan aset, utang, kekuatan pinjaman, dan juga sikap terhadap pengeluaran dan tabungan.<sup>29</sup>
- 3) Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dapat dilihat dari kegiatan, minat dan juga pendapat.<sup>30</sup> Pada dasarnya gaya hidup merupakan salah satu pendorong yang dapat mempengaruhi kebutuhan, sikap, dan juga aktivitas pembelian dan juga penggunaan produk. Gaya hidup dapat mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif, dimana

---

<sup>28</sup> Ibid.

<sup>29</sup> Ibid.

<sup>30</sup> Ibid.

hal tersebut berkaitan dengan bagaimana seseorang menjaga citra diri dengan sebaik mungkin, dengan cara melakukan berbagai bentuk pembelian barang, baik secara langsung maupun menggunakan media online.

- 4) Kepribadian dan Konsep Diri. Kepribadian merupakan salah satu sifat psikologis seseorang yang dapat menyebabkan respon yang konsisten terhadap lingkungan salah satunya perilaku seseorang dalam pembelian. Kepribadian seseorang juga dapat menggambarkan kemampuan seseorang dalam memilih merek yang mereka inginkan.<sup>31</sup>

#### d. Faktor Psikologi

- 1) Motivasi. Motivasi merupakan suatu konsep yang dipakai untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada pada organisme untuk memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya. Motivasi sendiri diambil dari kata motif yang merupakan sesuatu kekuatan yang ada pada diri individu yang dapat menyebabkan individu tersebut bertindak. Pada dasarnya setiap individu pasti memiliki motivasi dalam diri untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya.<sup>32</sup>
- 2) Persepsi, yaitu seseorang yang bertindak dipengaruhi oleh pandangannya tentang situasi. Selain itu persepsi merupakan proses

---

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> Ibid.

dimana seseorang memilih, mengatur, dan juga menerjemahkan masukan informasi.<sup>33</sup>--

- 3) Pembelajaran, merupakan salah satu proses yang dapat mendorong perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul karena adanya pengalaman sebelumnya. Sehingga dengan adanya pengalaman proses belajar tersebut seseorang dapat menggunakannya sebagai referensi dalam membuat keputusan dalam suatu pembelian.<sup>34</sup>
- 4) Keyakinan dan sikap, melalui tindakan dan juga pembelajaran orang mendapat keyakinan dan sikap yang akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Sikap merupakan suatu pengaruh bagi perilaku-perilaku sosial.<sup>35</sup>

### 3. Indikator Perilaku Konsumtif

Adapun yang menjadi indikator perilaku konsumtif diantaranya adalah sebagai berikut:<sup>36</sup>

#### a. Pembelian yang dilakukan secara impulsif

Pembelian atas barang yang tiba-tiba atau hanya untuk memenuhi keinginan tanpa adanya perencanaan sebelumnya dan keputusan langsung dilakukan ditempat pembelian tanpa mempertimbangkan manfaat dan kegunaan atas barang tersebut.

<sup>33</sup> Ibid.

<sup>34</sup> Ibid.

<sup>35</sup> Chrisnawati dan Abdullah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian ( Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah )," 6.

<sup>36</sup> Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan*.

b. Pembelian yang dilakukan secara tidak rasional

Pembelian yang dilakukan atas dasar adanya dorongan untuk meniru orang lain dan muncul perasaan bangga atas tindakannya dan pembelian tersebut dilakukan tanpa adanya pertimbangan yang baik.

c. Pemborosan

Pembelian dengan memanfaatkan uang dengan tingkat pengeluaran yang tinggi untuk membeli barang yang bukan merupakan kebutuhan pokok yang dilakukan hanya untuk memenuhi keinginan pribadi.

d. Status

Pembelian ini dilakukan atas dasar keinginan untuk memperoleh status tertentu, yang dapat mengubah pandangan masyarakat mengenai barang yang dikonsumsinya dan dapat memperlihatkan perbedaan status yang dimiliki individu di dalam masyarakat.

#### **4. Perilaku Konsumtif Menurut Pandangan Islam**

Konsumsi sendiri di dalam Islam adalah hubungan antara barang atau jasa dengan kebutuhan individu dalam masyarakat, yang sesuai dengan kaidah Islam yang memiliki tujuan untuk menggunakannya dalam ketaatan kepada Allah SWT. Menurut Dr. Yusuf Qaradhawi dalam kitabnya “Daurul Qiyam fi Iqtishadil Islami,” menjelaskan tiga poin utama sebagai upaya perwujudan dari konsep konsumsi yaitu, menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhi

sifat kikir, memerangi tindakan mubazir, dan sikap sederhana.<sup>37</sup> Perilaku konsumtif sangat dilarang di dalam Islam, karena hal tersebut dapat mendorong seseorang dalam kesibukan untuk memenuhi nafsunya dan akhirnya akan meninggalkan etika konsumsi dalam Islam. Sedangkan di dalam Islam sendiri seorang muslim diajarkan untuk hidup sederhana, dimana setiap individu harus mampu menyeimbangkan antara pendapatan dan pengeluaran supaya tidak ada keterpaksaan didalamnya.

Dalam Islam dikatakan bahwa segala yang dilakukan manusia telah diatur dan juga dimanfaatkan atas dasar kesejahteraan, bukan untuk berlebih-lebihkan. Islam melarang manusia memiliki perilaku konsumtif sebagaimana diatur dalam Q.S.Al-A'raf ayat 31:

﴿يَبْنَىِٔ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾

*Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, dan makan serta minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.*

Pada ayat Al-Qur'an diatas menunjukkan apabila manusia memahami tentang konsep konsumsi yang telah diajarkan oleh Islam, maka manusia

<sup>37</sup> Yusuf Al-Qaradhawi, *Norma & Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997).

dapat menahan ataupun membatasi nafsu keinginan dalam dirinya sesuai dengan kebutuhannya.<sup>38</sup>

## **B. Media Sosial**

### **1. Pengertian Media Sosial**

Media sosial merupakan media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Saat ini Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

Media Sosial merupakan suatu aplikasi yang berbasis internet yang mengajak para penggunanya untuk berpartisipasi dan ikut berkontribusi secara terbuka, memberikan komentar dan juga berbagi informasi dengan waktu yang tidak terbatas.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Eddy Rohayedi dan Maulina Maulina, "Konsumerisme Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Transformatif*, Volume 4, Nomor 1 (2020): 33.

<sup>39</sup> Yuni Kartini, *Media Sosial dan Produktivitas Kerja Generasi Milenial* (Makassar: Guepedia, 2020).

## 2. Indikator Media Sosial

Berikut adalah indikator penggunaan media sosial:

### a. Kemudahan

Yaitu ketika seseorang ingin melakukan belanja melalui media sosial, hal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli online adalah faktor kemudahan penggunaan.

### b. Kepercayaan

Yaitu hal yang menjadi pertimbangan seorang pembeli selanjutnya adalah apakah mereka percaya kepada website online shop terletak pada popularitas website online shop tersebut.

### c. Kualitas Informasi

Kualitas informasi didefinisikan sebagai seberapa besar suatu informasi tentang produk dan jasa berguna dan relevan bagi pembeli online dalam memprediksi kualitas dan utilitas suatu produk dan jasa yang ditawarkan.<sup>40</sup>

## 3. Hubungan Media Sosial

Saat ini masyarakat dipermudah untuk mengakses segala hal di media sosial, banyaknya penggunaan media sosial tersebut dapat berdampak pada perilaku konsumtif. Dengan adanya kemudahan pada media sosial banyak masyarakat terutama ibu rumah tangga yang gemar dalam mengonsumsi barang yang sebenarnya barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan. Sehingga

---

<sup>40</sup> Maria Magdalena Bate'e, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Volume 2, Nomor 2, (2019): 316-317.

dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi masyarakat.<sup>41</sup>

## C. Tingkat Pendidikan

### 1. Pengertian Pendidikan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional menjelaskan bahwa jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemampuan yang dikembangkan.<sup>42</sup>

Pendidikan merupakan suatu aktivitas atau usaha seseorang untuk mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya baik jasmani, rohani, maupun keterampilan untuk meningkatkan kepribadian sesuai dengan nilai dan kebudayaan yang ada dalam masyarakat.<sup>43</sup> Selain itu pendidikan juga dapat diartikan sebagai salah satu bimbingan yang diberikan oleh seseorang yang telah dewasa, matang, dan juga berpengalaman dalam perkembangan orang lain, sehingga memiliki kecakapan yang cukup untuk mengurus

---

<sup>41</sup> Lestari dan Faizin, "Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun," 241.

<sup>42</sup> JDIH Kemenparekraf, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional" diakses tanggal 27 Maret 2023, <https://jdih.kemenparekraf.go.id/katalog-1016-produk-hukum>.

<sup>43</sup> Rionita dan Widiastuti, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim Di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi)," 293.

kebutuhan hidupnya sendiri. Fungsi dari pendidikan sendiri yaitu untuk mengembangkan kemampuan dan karakter seseorang yang dapat mencerdaskan kehidupan bangsa dan juga bertujuan untuk mengembangkan potensi seseorang agar menjadi manusia yang bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis dan juga bertanggung jawab.<sup>44</sup>

Dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka semakin luas pengetahuan yang akan dimiliki seseorang untuk menentukan sikap dalam bertindak. Sehingga kematangan berfikir dalam menentukan barang atau jasa yang akan dikonsumsi seseorang berkaitan erat dengan tingkat pendidikan yang dimiliki.<sup>45</sup>

## 2. Indikator Pendidikan

Berikut adalah indikator dari tingkat pendidikan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional BAB VI pasal 14 menjelaskan bahwa jenjang pendidikan formal terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi:<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> Husamah, Arina Restian, dan Rohmad Widodo, *Pengantar Pendidikan* (Malang: UMM Press, 2019), 30.

<sup>45</sup> Yahya, Harahap, dan Nawawi, "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendapatan, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Kota Medan," 5.

<sup>46</sup> JDIIH Kemenparekraf, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional" diakses tanggal 27 Maret 2023, <https://jdih.kemenparekraf.go.id/katalog-1016-produk-hukum>.

a. Pendidikan Dasar

Merupakan jenjang pendidikan awal selama 9 tahun masa sekolah, yang melandasi jenjang pendidikan menengah. Pendidikan dasar seperti Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Ibtidaiyah (MI) atau bentuk lain yang sederajat serta Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Madrasah Tsanawiyah (MTS) atau bentuk lain yang sederajat.

b. Pendidikan Menengah

Merupakan jenjang pendidikan lanjutan setelah pendidikan dasar. Pendidikan menengah terdiri atas pendidikan umum dan pendidikan menengah kejurusan. Pendidikan menengah seperti Sekolah Menengah Atas (SMA), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejurusan (SMK) dan Madrasah Aliyah (MA) atau bentuk lain sederajat.

c. Pendidikan Tinggi

Merupakan jenjang pendidikan lanjutan setelah pendidikan menengah yang meliputi program pendidikan, diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doctor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi. Perguruan tinggi dapat berbentuk akademik, sekolah tinggi, institute, ataupun universitas.

### 3. Hubungan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dimana seseorang yang tingkat pendidikannya tinggi akan cenderung memiliki pengetahuan dan pemahaman yang luas, dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka semakin besar pula kemampuan seseorang untuk

mengambil keputusan. Selain itu tingkat pendidikan seseorang baik itu ibu rumah tangga akan mampu mengubah perilaku seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dimana hal tersebut akan menentukan kebijakan-kebijakan yang akan mereka ambil di dalam segala hal baik untuk kebaikan dunia maupun akhirat.<sup>47</sup>

## **D. Gaya Hidup**

### **1. Pengertian Gaya Hidup**

Gaya hidup merupakan suatu tindakan aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dengan tujuan agar dapat menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Gaya hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Contoh dari gaya hidup seperti cara berpakaian, cara kerja, pola konsumsi, dan bagaimana individu mengisi kesehariannya, hal inilah yang merupakan unsur-unsur yang dapat membentuk gaya hidup. Gaya hidup dipengaruhi oleh keterlibatan seseorang dalam kelompok sosial, dan seringkali berinteraksi dan menanggapi berbagai stimulasi akan hal tersebut.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Rionita dan Widiastuti, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim Di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi)," 295–296.

<sup>48</sup> Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme* (Jakarta: Kencana Prenamadia Group, 2013).

## 2. Indikator Gaya Hidup

Menurut Kasali Susanto, gaya hidup dapat diklasifikasikan berdasarkan variabel AIO yaitu *activity* (aktivitas), *interest* (ketertarikan/minat), dan *opinion* (pendapat/opini):<sup>49</sup>

### a. Aktivitas (*activity*)

Yaitu suatu kegiatan yang dilakukan seorang konsumen, produk yang dibeli atau digunakan konsumen, dan juga kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.

### b. Ketertarikan/minat (*Interest*)

Yaitu peristiwa atau topik yang meningkatkan perhatian khusus secara menerus. Atau bisa dikatakan kesadaran seseorang terhadap suatu objek yang memiliki keterkaitan dengan dirinya.

### c. Pendapat/opini (*opinion*)

Yaitu suatu sudut pandang dan perasaan konsumen untuk menanggapi isu-isu global, lokal oral ekonomi dan juga sosial. Selain itu juga dapat dikatakan tanggapan seseorang terhadap rangsangan yang disusun melalui interpretasi personal.

---

<sup>49</sup> Angga Sandy Susanto, "Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup)," *Jurnal JIBEKA*, Volume 7, Nomor 2 (2013): 1–6.

### 3. Hubungan Gaya Hidup

Gaya hidup sangat berkaitan erat dengan perilaku konsumtif dimana hal tersebut ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan dan industri kecantikan yang telah menjadi tanda adanya gaya hidup yang lebih modern. Seperti halnya dikalangan masyarakat muslim sendiri saat ini banyak iklan yang menawarkan wisata religious, kafe-kafe khusus muslim dan juga berdirinya pusat-pusat perbelanjaan yang memanfaatkan sensibilitas keagamaan untuk keuntungan bisnis.<sup>50</sup>

#### E. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memiliki fungsi untuk mengetahui persamaan dan juga perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan ataupun referensi oleh peneliti ketika akan melakukan penelitian.

**Tabel 2.1 Studi Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Dede Mustomi dan Aprilia	Pengaruh Media Sosial	1.Persamaan pada variabel	1.Perbedaan lokasi dan responder	Tidak ada pengaruh signifikan

<sup>50</sup> Harisan Boni Firmando, *Sosiologi Kebudayaan: Dari Nilai Budaya Hingga Praktik Sosial* (Yogyakarta: Bintang semesta Media, 2022), 187.

	Puspasari (2020)	Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	media sosial dan perilaku konsumtif  2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	penelitian yang dilakukan.  2.Perbedaan pada variabel tingkat pendidikan dan gaya hidup	antara media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. <sup>51</sup>
2.	Ari Susanti dan Suryo Mulyo Saputro (2020)	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Konformitas dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di STIE Surakarta	1.Persamaan pada variabel gaya hidup dan perilaku konsumtif  2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1.Perbedaan lokasi dan responder penelitian yang dilakukan.  2.Perbedaan pada variabel media sosial dan tingkat pendidikan.	1.Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.  2.Gaya hidup, konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.  3.Pendapatan

<sup>51</sup> Dede Mustomi dan Aprilia Puspasari, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *CERMIN: Jurnal Penelitian*, Volume 4, Nomor 1 (2020): 133.

					tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. <sup>52</sup>
3.	Firyal Naufali Muttaqin, Leni Noviani dan Sudarno (2020)	Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi	1.Persamaan pada variabel media sosial 2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif.	1.Perbedaan lokasi dan responder penelitian yang dilakukan. 2.Perbedaan pada variabel tingkat pendidikan dan gaya hidup.	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel media sosial, literasi ekonomi, dan kelompok teman seusia terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi. <sup>53</sup>

<sup>52</sup> Ari Susanti dan Suryo Mulyo Saputro, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Konformitas Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stie Surakarta," *Jurnal Administrasi Bisnis Internasional (JAMBI)*, Volume 2, Nomor 01 (2020): 5–8.

<sup>53</sup> Muttaqin, Noviani, dan Sudarno, "Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi," 239–243.

4.	Fauzan Bahamari-anto Fajirin dan Rachma Indrarini (2021)	Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsu Islami Pada <i>New Normal</i> (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif di Surabaya)	1.Persamaan pada variabel gaya hidup 2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif.	1.Perbedaan lokasi penelitian yang dilakukan. 2.Perbedaan pada variabel media sosial dan tingkat pendidikan.	Gaya hidup dan tingkat pendidikan berpengaruh positif secara simultan maupun persial terhadap perilaku konsumsi islami di masa <i>new normal</i> . <sup>54</sup>
5.	Muham-mad Ajie Sadewa dan Lita Ariani (2022)	Pengaruh Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> Terhadap	1.Persamaan pada variabel gaya hidup dan perilaku	1.Perbedaan lokasi dan responder penelitian yang	Gaya hidup <i>brand minded</i> berpengaruh terhadap perilaku

<sup>54</sup> Fauzan Bahamarianto Fajirin dan Rachma Indrarini, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif Di Surabaya)," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Volume 4, Nomor 2 (2021): 160–165.

		Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa	konsumtif. 2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif.	dilakukan. 2.Perbedaan pada variabel media sosial dan tingkat pendidikan.	konsumtif mahasiswa. <sup>55</sup>
6.	Muhammad Nur Fani Abdullah dan Imam Sukwatus Suja'i (2022)	Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif	1.Persamaan pada variabel gaya hidup, media sosial dan perilaku konsumtif. 2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif.	1.Perbedaan pada lokasi dan responden penelitian yang dilakukan. 2.Perbedaan pada variabel tingkat pendidikan	Terdapat pengaruh yang signifikan variabel gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI dengan gaya hidup

<sup>55</sup> Muhammad Ajie Sadewa dan Lita Ariani, "Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa," *Jurnal Bimbingan dan Konseling Pandohop*, Volume 2, Nomor 1 (2022): 38–39.

					sebagai hasil dominan. <sup>56</sup>
7.	Nova Titin Lestari dan Moh. Faizin (2022)	Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim di Madiun	1.Persamaan pada variabel gaya hidup, media sosial dan perilaku konsumtif 2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif.	1.Perbedaan lokasi dan responder penelitian yang dilakukan. 2.Perbedaan pada varibel media sosial dan tingkat pendidikan.	Konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif para remaja muslim di Madiun. <sup>57</sup>

<sup>56</sup> Muhamad Nur Fani Abdullah Imam Sukwatus Suja'i, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif," *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi dan Inovasi Ilmiah Pendidikan* Volume 8, Nomor 2 (2022): 75–82.

<sup>57</sup> Lestari dan Faizin, "Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun," 235–242.

8.	Dafiar Syarif, Rezki Agrisa Ditama, Muham-mad Fauzi, Wiyana Mailind Mursal dan Hendra Lardiman (2022)	Pengaruh Konsumsi Islami Keluarga Muslim Sejahtera Terhadap Peilaku Konsumsi Sederhana (Studi Kasus Desa Koto Iman Kabupaten Kerinci)	Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif.	1.Perbedaan lokasi dan responder penelitian yang dilakukan. 2.Perbedaan pada varibel media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup.	Perilaku konsumsi pada keluarga muslim sejahtera Desa Koto Iman Kabupaten Kerinci dengan kategori sangat baik dan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi sederhana. <sup>58</sup>
----	---	---	--	--	--

<sup>58</sup> Syarif et al., “Pengaruh Konsumsi Islami Keluarga Muslim Sejahtera Terhadap Perilaku Konsumsi Sederhana Dengan Teori Yusuf Al-Qaradhawi (Studi Kasus Desa Koto Iman Kabupaten Kerinci).”

9.	Novita Febriyanty dan Moh. Faizin (2022)	Pengaruh Gaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z di Kota Madiun	1.Persamaan pada variabel gaya hidup dan perilaku konsumtif 2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif.	1.Perbedaan lokasi dan responder penelitian yang dilakukan. 2.Perbedaan pada variabel media sosial dan tingkat pendidikan.	Gaya hidup, konformitas teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun. <sup>59</sup>
10.	Riki Yahya, Isnaini Harahap dan Zuhrial M. Nawawi (2022)	Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendapatan dan Tingkat	1.Persamaan pada variabel tingkat pendidikan 2.Persamaan pada jenis	1.Perbedaan lokasi penelitian yang dilakukan. 2.Perbedaan pada	Religiusitas, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan berpengaruh terhadap

<sup>59</sup> Novita Febriyanty dan Moh. Faizin, "Pengaruh Gaya Hidup, Konormitas Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z," *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 7, Nomor 2 (2022): 143–147.

		Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Kota Medan	penelitian kuantitatif.	variabel media sosial dan gaya hidup.	perilaku konsumsi masyarakat Muslim Kota Medan. <sup>60</sup>
11.	Silviana Meinawati Putri, Iranita Hervi Mahardayani dan Latifah Nur Ahyani (2022)	Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis dan Kepribadian Ekstrovert Pada Wanita Dewasa Awal	Persamaan pada variabel gaya hidup dan perilaku konsumtif.	1.Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan. 2.Perbedaan pada variabel media sosial dan tingkat pendidikan.	Gaya hidup hedonis dan kepribadian ekstrovert berpengaruh terhadap perilaku konsumtif wanita dewasa awal. <sup>61</sup>
12.	Abdurrohman (2023)	Pengaruh Literasi Ekonomi	1.Persamaan pada variabel	1.Perbedaan pada lokasi dan	Variabel literasi ekonomi dan

<sup>60</sup> Zuhrial M. Nawawi, "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas , Tingkat Pendapatan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 8, Nomor 03 (2022): 6–9.

<sup>61</sup> Putri, Mahardayani, dan Ahyani, "Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis Dan Kepribadian Ekstrovert Pada Wanita Dewasa Awal," 125–128.

		Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	gaya hidup dan perilaku konsumtif 2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	responder penelitian yang dilakukan 2.Perbedaan pada variabel media sosial dan tingkat pendidikan	gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi angkatan 2018. <sup>62</sup>
13.	Sherlyna Cahyaningtyas, dan Moh Gufron (2023)	Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi	1.Persamaan pada variabel gaya hidup dan perilaku konsumtif 2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1.Perbedaan pada lokasi dan responder penelitian yang dilakukan 2.Perbedaan pada variabel	Pendapatan orang tua dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi

<sup>62</sup> Abdurrohman, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif," *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 2, Nomor 2 (2023): 98–105.

		Universitas Bhinneka PGRI Tulunga- gung		media sosial dan tingkat pendidikan	Universitas Bhinneka PGRI. <sup>63</sup>
14.	Irma Yunita, Fauzi Arif Lubis, dan Nuri Aslami (2023)	Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatra Utara)	1.Persamaan pada variabel media sosial, gaya hidup dan perilaku konsumtif 2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1.Perbedaan pada lokasi dan responder penelitian yang dilakukan 2.Perbedaan pada variabel tingkat pendidikan	Media sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. <sup>64</sup>
15.	Mira Nurazijah,	Pengaruh Gaya Hidup	1.Persamaan pada	1.Perbedaan pada lokasi	Gaya hidup hedonis akan

<sup>63</sup> Sherlyna Cahyaningtyas dan Moh Gufron, "Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung," *Jurnal Economina*, Volume 2, Nomor 2 (2023): 421–432.

<sup>64</sup> Irma Yunita, Fauzi Arif Lubis, dan Nuri Aslami, "Pengaruh Media Sosial , Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif ( Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara )," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, Volume 3, Nomor 2 (2023): 332–341.

	Syaipia Laila Nur Fitriani, dan Tin Ristini (2023)	Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa	variabel gaya hidup dan perilaku konsumtif 2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	dan responder penelitian yang dilakukan 2.Perbedaan pada variabel media sosial dan tingkat pendidikan	mempengaruhi perilaku konsumtif. <sup>65</sup>
16.	Yasinta Widi Astari (2020)	Pengaruh Tingkat Pendidikan, Gaya Hidup Keluarga Dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Anak Nelayan (Studi Di Desa	1.Persamaan pada variabel tingkat pendidikan, gaya hidup dan perilaku konsumtif 2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1.Perbedaan pada lokasi dan responder penelitian yang dilakukan 2.Perbedaan pada variabel media sosial	Tingkat pendidikan dan literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada anak nelayan di Desa Tasikagung, sedangkan

<sup>65</sup> Mira Nurazijah, Syaipia Laila Nur Fitriani, dan Tin Rustini, "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa," *Journal on Education*, Volume 5, Nomor 2 (2023): 2345–2352.

		Tasikagung Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang)			untuk gaya hidup keluarga dan budaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Tasikagung. <sup>66</sup>
17.	Mitron Bayu Ismawan dan Heni Purwa Pamungkas (2023)	Pengaruh Media Sosial Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada <i>Online Shop</i>	1.Persamaan pada variabel media sosial dan perilaku konsumtif  2.Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1.Perbedaan lokasi dan responder penelitian yang dilakukan.  2.Perbedaan pada variabel tingkat pendidikan dan gaya hidup	Variabel media sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif,

<sup>66</sup> Yasinta Widi Astari, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Ekonomi, Gaya Hidup Keluarga Dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Anak Nelayan (Studi Di Desa Tasikagung Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang)," *Universitas Negeri Semarang*, 2020.

					dan variabel media sosial dan variabel literasi ekonomi secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. <sup>67</sup>
--	--	--	--	--	--

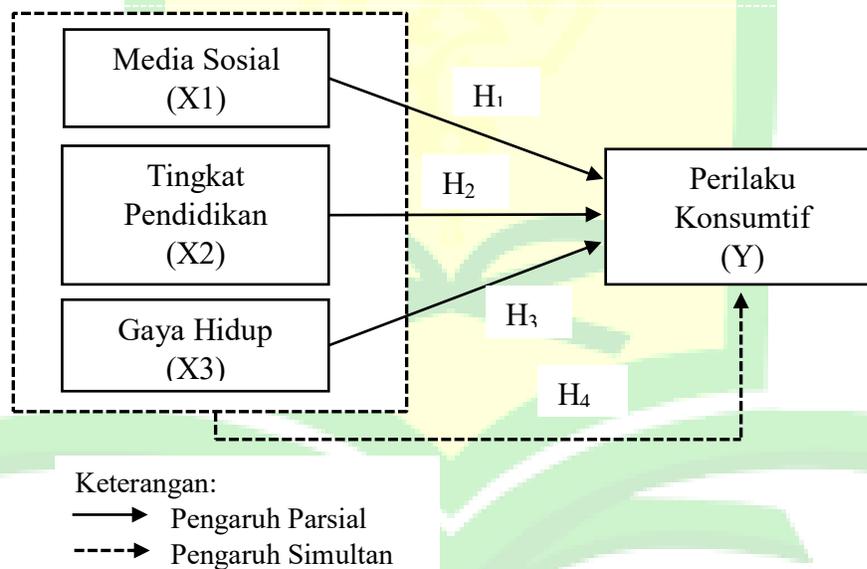
Penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Media Sosial, Tingkat Pendidikan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Muslim di Kecamatan Parang, Magetan”. Sesuai dengan adanya telaah diatas penelitian ini tentunya berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, seperti perbedaan pada variabel-variabel tertentu, lokasi penelitian, dan perbedaan pada responden. Penelitian ini juga memiliki persamaan dari jenis penelitian yang digunakan dan variabel dari beberapa penelitian sebelumnya. Di dalam penelitian ini akan mengulas mengenai seberapa besar pengaruh media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

---

<sup>67</sup> Mitron Bayu Ismawan dan Heni Purwa Pamungkas, “Pengaruh Media Sosial Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada *Online Shop*,” *Jembura Economic Education Journal*, Volume 5, Nomor 1 (2023): 32-41.

## F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir yang baik adalah kerangka yang menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu adanya penjelasan hubungan antar variabel independen dan dependen.<sup>68</sup> Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya, variabel yang dipakai pada penelitian ini adalah media sosial, tingkat pendidikan, gaya hidup dan perilaku konsumtif. Sehingga dapat disusun kerangka berpikir seperti berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan pada kerangka berpikir diatas dapat diketahui bahwa perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim Kecamatan Parang, Magetan

<sup>68</sup> Ria Rahmatul Istiqomah Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, LP2M UST Jogja*, 2022.

dipengaruhi oleh faktor media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup. Apabila dengan adanya media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup yang signifikan maka perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Kecamatan Parang, Magetan juga akan berpengaruh signifikan. Dimana media sosial (X1), tingkat pendidikan (X2), dan gaya hidup (X3) sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif (Y) sebagai variabel dependen.

## **F. Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah dari penelitian, dimana rumusan masalah tersebut telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.<sup>69</sup> Hipotesis yang dimaksudkan adalah untuk memberikan arah keputusan bagi analisis penelitian. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif**

Media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dimana dengan adanya kemudahan media sosial saat ini, banyak masyarakat yang semakin mengonsumsi barang ataupun jasa yang sebenarnya bukan menjadi kebutuhan utamanya.<sup>70</sup> Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

---

<sup>69</sup> Ibid.

<sup>70</sup> Lestari dan Faizin, "Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun," 234.

Ha<sub>1</sub> : Media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

H<sub>01</sub> : Media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

## 2. Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif

Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional dijelaskan bahwa jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemampuan yang dikembangkan.<sup>71</sup> Pendidikan bisa mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat, karena tingginya pendidikan akan mempengaruhi pola pikir seseorang. Pendidikan dan pengetahuan yang luas dapat memberikan bahan pertimbangan untuk seseorang dalam mengonsumsi barang ataupun jasa.<sup>72</sup>

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesisnya sebagai berikut:

Ha<sub>2</sub> : Tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

---

<sup>71</sup> JDIH Kemenparekraf, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional” diakses tanggal 27 Maret 2023, <https://jdih.kemenparekraf.go.id/katalog-1016-produk-hukum>.

<sup>72</sup> Nawawi, “Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas , Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Kota Medan.”

H<sub>02</sub> : Tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

### 3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler, P., & Keller, K. L beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif sehingga membentuk perilaku konsumtif yaitu faktor kebudayaan (budaya, kelas sosial), sosial (kelompok referensi, keluarga), pribadi (usia, pekerjaan, gaya hidup, konsep diri), dan psikologis (motivasi, persepsi, sikap).<sup>73</sup> Gaya hidup atau yang sering dikenal dengan *lifestyle* ini meliputi segala aspek yang ada pada kehidupan, diantaranya seperti cara berpakaian, kendaraan yang digunakan, alat komunikasi, serta sekolah yang dipilih. Dilihat dari hal tersebut perilaku konsumtif seringkali dilakukan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan, meskipun kesenangan tersebut hanya bersifat semu.<sup>74</sup> Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesisnya sebagai berikut:

Ha<sub>3</sub> : Gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

---

<sup>73</sup> Kotler, P., & Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13, terj. Bob Sabran.*

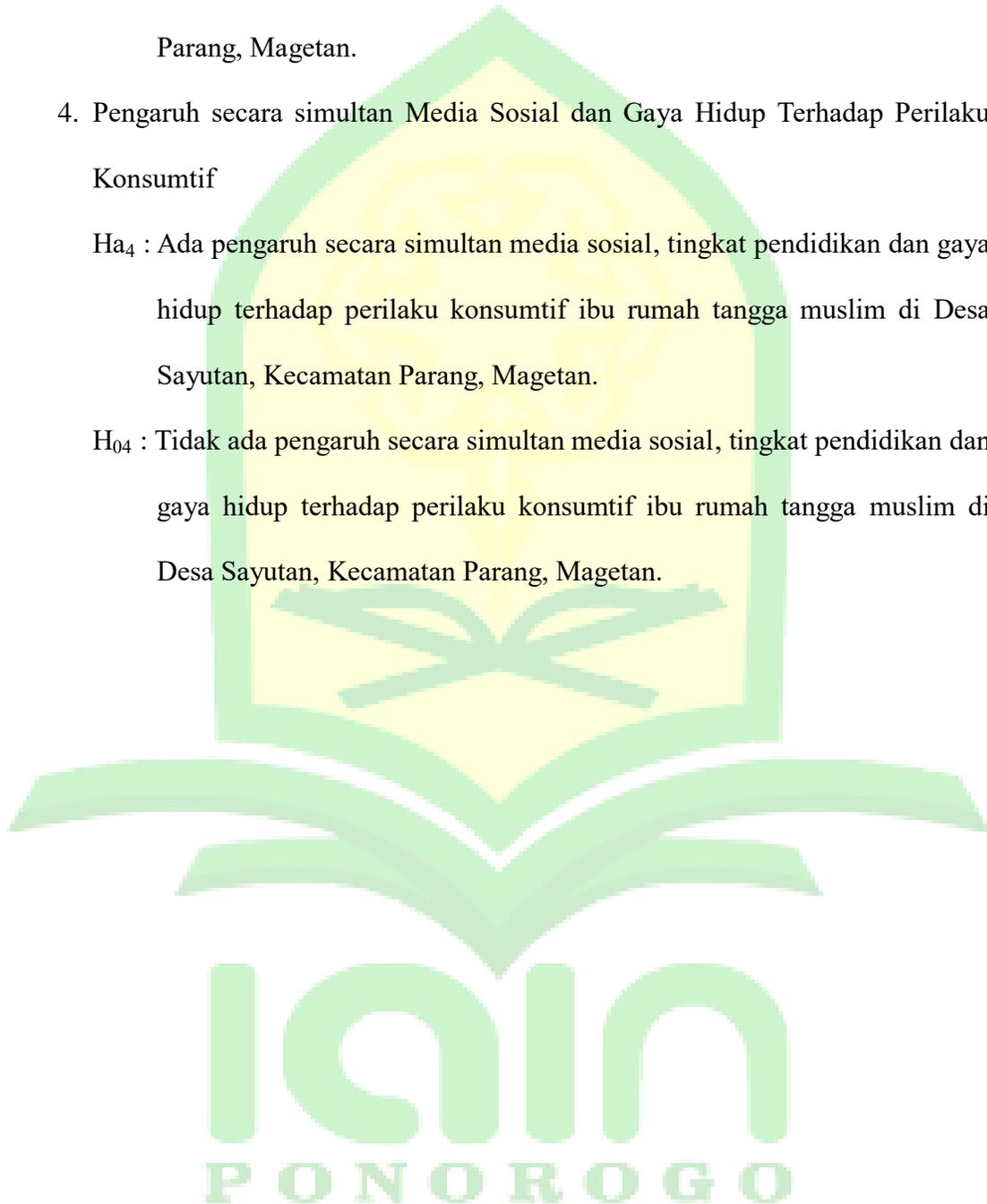
<sup>74</sup> Lestari dan Faizin, "Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun," 3.

$H_{03}$  : Gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

4. Pengaruh secara simultan Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

$H_{a4}$  : Ada pengaruh secara simultan media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

$H_{04}$  : Tidak ada pengaruh secara simultan media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan suatu rencana yang dilakukan untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan yang ada. Dimana rancangan tersebut memuat secara sistematis keseluruhan dari kegiatan yang akan dilakukan oleh peneliti.<sup>75</sup> Di dalam penelitian ini menerapkan metode kuantitatif untuk mengumpulkan angka dari sampel yang telah ditentukan, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, serta menganalisis data secara statistik guna menguji hipotesis yang telah disusun sebelumnya.

Desain penelitian yang digunakan yaitu penelitian survey, dimana penelitian yang dilakukan untuk memperoleh informasi dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner yang dibuat untuk diisi langsung oleh responden. Dengan menggunakan penelitian kuantitatif ini peneliti berusaha untuk menganalisis apakah media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

---

<sup>75</sup> Putu Kusumawati dan Yeni Rusyani, *Metodologi Penelitian* (Klaten: Lakeisha, 2023), 112.

## B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada karakteristik yang bervariasi dari individu, objek, atau kegiatan yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti, yang kemudian diambil kesimpulan.<sup>76</sup> Penelitian ini menggunakan dua variabel berikut:

- a. Variabel independen (X) adalah variabel yang menjadi penyebab teoritis yang dapat mempengaruhi variabel lain. Pada penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup.
- b. Variabel dependen (Y) adalah variabel yang secara struktural menjadi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan variabel lainnya. Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah perilaku konsumtif.<sup>77</sup>

### 2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan tentang cara variabel diukur dan dinyatakan berdasarkan karakteristik yang dapat diamati. Dalam penggunaannya, variabel perlu didefinisikan secara operasional agar

---

<sup>76</sup> Rahmadi, *Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011).

<sup>77</sup> Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.

keterkaitan antara variabel dan cara pengukurannya dapat dipahami dengan jelas.<sup>78</sup> Berikut tabel yang menguraikan variabel beserta definisi operasional:



---

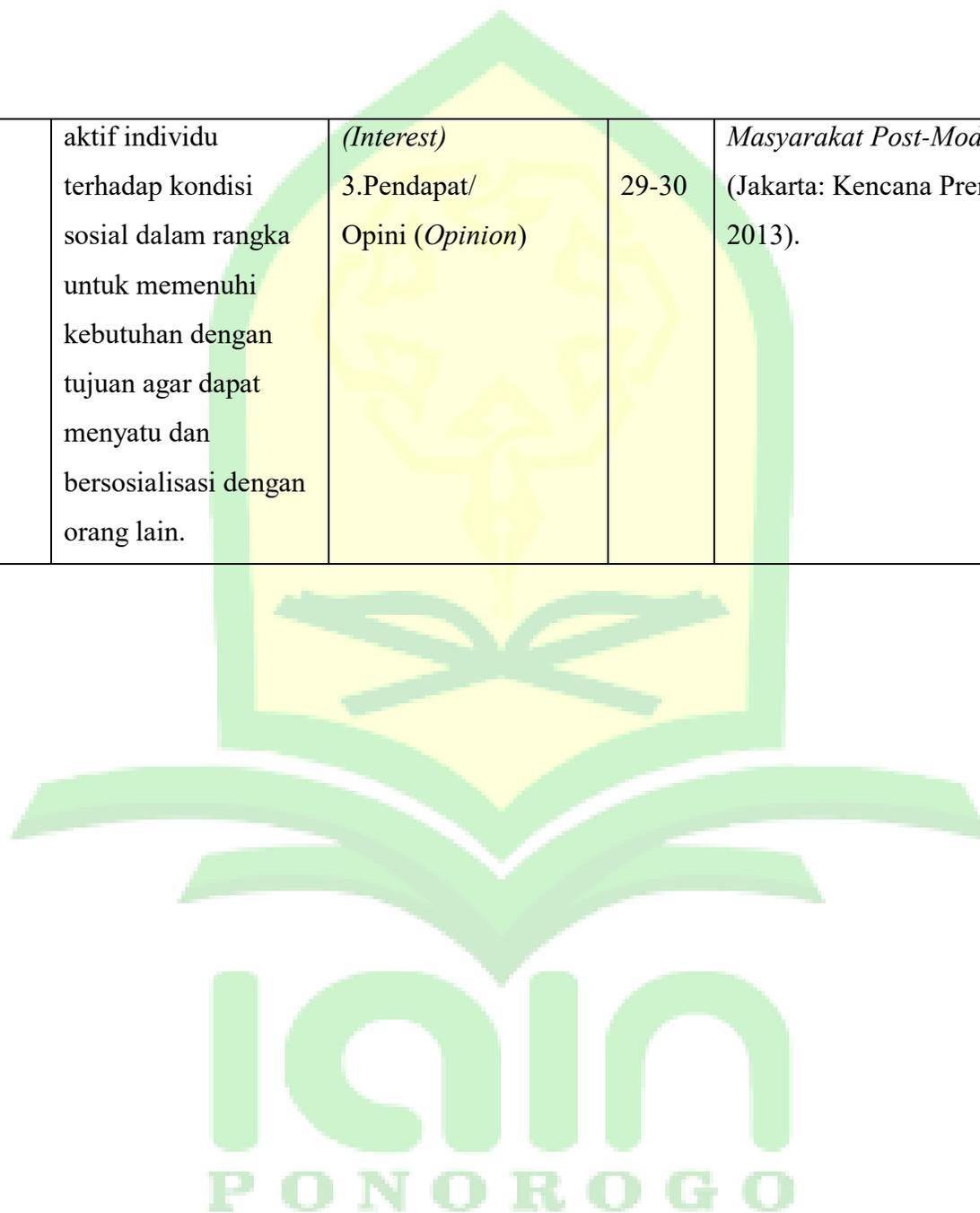
<sup>78</sup> Qomariyatus Sholihah, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Malang: UB Press, 2020), 91.

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Butir Soal	Sumber
1	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan seseorang dalam membeli barang tanpa memperimbangakan apakah barang tersebut sesuai kebutuhannya atau tidak.	1.Pembelian yang dilakukan secara impulsive 2.Pembelian yang dilakukan secara tidak rasional 3.Pemborosan 4.Status	1-3 4-6 7-8 9-10	Sumartono, <i>Terperangkap Dalam Iklan</i> , (Bandung: Alfabeta, 2002).
2	Media Sosial (X1)	Media Sosial merupakan suatu aplikasi yang berbasis internet yang mengajak para penggunanya untuk berpartisipasi dan	1. Kemudahan 2.Kepercayaan 3.Kualitas Informasi	11-13 14-15 16-18	Yuni Kartini, <i>Media Sosial dan Produktivitas Kerja Generasi Milenial</i> , (Makassar: Guepedia, 2020).

		ikut berkontribusi secara terbuka, memberikan komentar dan juga berbagi informasi dengan waktu yang tidak terbatas.			
3	Tingkat Pendidikan (X2)	Pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemampuan yang dikembangkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendidikan Dasar</li> <li>2. Pendidikan Menengah</li> <li>3. Pendidikan Tinggi</li> </ol>	<p>19-20</p> <p>21-22</p> <p>23-24</p>	JDIH Kemenparekraf, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional” diakses tanggal 27 Maret 2023, <a href="https://jdih.kemenparekraf.go.id/katalog-1016-produk-hukum">https://jdih.kemenparekraf.go.id/katalog-1016-produk-hukum</a> .
4	Gaya Hidup	Gaya hidup merupakan suatu tindakan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktivitas (<i>activity</i>)</li> <li>2. Ketertarikan/minat</li> </ol>	<p>25-26</p> <p>27-28</p>	Bagong Suyanto, Sosiologi Ekonomi <i>Kapitalisme dan Konsumsi di Era</i>

	(X3)	aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dengan tujuan agar dapat menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain.	<i>(Interest)</i> 3.Pendapat/ Opini ( <i>Opinion</i> )	29-30	<i>Masyarakat Post-Modernisme,</i> (Jakarta: Kencana Prenamadia Group, 2013).
--	------	---	--	-------	--



### C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai data yang diperlukan oleh penulis dilakukan di Desa Sayutan Kecamatan Parang, Magetan dan periode waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni 2023 sampai dengan selesai. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian ini adalah karena peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh dari media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merujuk kepada semua subjek penelitian yang mencakup manusia, benda, hewan, tumbuhan, fenomena, hasil tes, atau peristiwa yang menjadi sumber data dengan karakteristik tertentu yang digunakan dalam penelitian.<sup>79</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah semua ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Oleh karena itu, populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi diketahui yaitu sebanyak 1084 populasi.

---

<sup>79</sup> Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih melalui teknik sampling. Sampel harus mewakili populasi, sehingga kesimpulan yang diambil dari sampel dapat diterapkan pada populasi.<sup>80</sup> Dalam penelitian ini, kriteria pemilihan sampel adalah ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Jumlah populasi diketahui secara pasti, sehingga jumlah sampel dapat dihitung menggunakan rumus *Yamane* atau *Slovin*, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N: jumlah populasi

e : tingkat kesalahan sampel (sampling error) biasanya 5% atau 10%

Berdasarkan atas rumus tersebut maka dapat dihitung sampel dari populasi diketahui sebagai berikut:<sup>81</sup>

$$n = \frac{N}{1 + (e^2)}$$

---

<sup>80</sup> Ibid.

<sup>81</sup> Mochammad Ronaldy Aji Saputra, Fitriani Idham Chalid, dan Heri Budianto, *Metode Ilmiah Dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)* (Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2023), 91.

$$n = \frac{1084}{1 + 1084(0,1^2)}$$

$$n = \frac{1084}{1 + 1084(0,01)}$$

$$n = \frac{1084}{1 + 10,84}$$

$$n = 91,55 \text{ atau } (92 \text{ responden})$$

Penelitian ini menggunakan metode *Quota Sampling*, teknik pengambilan sampling yang dilakukan dengan cara menentukan terlebih dahulu jumlah sampling yang akan dipakai nantinya. Sehingga 92 responden tersebut berasal dari empat dusun di Desa Sayutan, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Sampel Tiap Dusun di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan**

Dusun	Jumlah Ibu Rumah Tangga
Dusun Jeruk	23
Dusun Dukuh	23
Dusun Ngelo	23
Dusun Jati	23

#### E. Jenis dan Sumber Data

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menggali dan juga menguji data apakah ada keterkaitan antara media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Dilihat dari sifatnya, penelitian ini merupakan

penelitian kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini berdasarkan atas cara memperolehnya merupakan data primer, karena di dalam penelitian ini diperoleh dari responder melalui kuisioner (angket). Data primer penelitian ini adalah kuisioner yang dibagikan kepada para responder sebanyak 92 ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

#### **F. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan metode kuisioner, yang merupakan kumpulan pertanyaan yang disusun secara terstruktur untuk diisi oleh responden.<sup>82</sup> Penelitian ini dilakukan dengan survey lapangan dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden yaitu ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan dengan formulir yang berisi tentang pengaruh media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

#### **G. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat pengukuran yang digunakan untuk memperoleh data kuantitatif mengenai berbagai karakteristik variabel dengan cara yang obyektif. Dalam pengembangan instrumen penelitian, teknik pengembangan skala diperlukan untuk mengukur variabel dengan lebih

---

<sup>82</sup> Rahmadi, *Metodologi Penelitian*.

terstruktur dalam pengumpulan data. Penggunaan skala pengukuran bertujuan untuk mengevaluasi minat atau perilaku individu atau kelompok terhadap orang lain atau lingkungannya.<sup>83</sup> Penelitian ini menggunakan *skala Likert* sebagai skala pengukurannya. Berikut adalah respons dan skor yang digunakan dalam skala pengukuran:

**Tabel 3.3 Skala Likert**

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Angket ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai dampak media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

## H. Validitas dan Reabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah indikator yang menunjukkan seberapa valid suatu instrumen dalam penelitian. Suatu instrument dapat dikatakan valid apabila

---

<sup>83</sup> Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.

mampu mengukur apa yang diinginkan. Setelah dibuat kuesioner, selanjutnya kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Keakuratan data yang diperoleh kemudian di uji validitas dengan menguji korelasi antar item kuesioner. Uji validitas tersebut digunakan dengan tujuan untuk mengetahui kelayakan item dalam kuesioner ketika menentukan variabel.<sup>84</sup> Kriteria validitas setiap item pertanyaan adalah apabila korelasi dari  $r_{tabel}$  lebih kecil dari  $r_{hitung}$ , maka pengujian dianggap valid, dan sebaliknya. Apabila terdapat pertanyaan yang tidak memenuhi standar validitas, pertanyaan tersebut akan dieliminasi dari kuesioner.<sup>85</sup>

## 2. Reabilitas Instrumen

Reabilitas instrumen merupakan suatu tingkat konsistensi hasil yang telah dicapai oleh suatu alat ukur meskipun telah dipakai sebelumnya pada subyek yang sama, sehingga suatu instrument dikatakan reliable apabila mampu mengukur sesuatu dengan hasil yang konsisten.<sup>86</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS versi 29, dengan tingkat signifikansi 5% dan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan memberikan hasil yang dapat dipercaya.<sup>87</sup>

---

<sup>84</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).

<sup>85</sup> Anindita Desi Wulandari, *Aplikasi Statistik Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Falecha, 2016).

<sup>86</sup> Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012).

<sup>87</sup> Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*.

## I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah melakukan perhitungan menggunakan aplikasi SPSS versi 29. Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis data statistik karena segala proses pengumpulan data, penarikan kesimpulan, dan pengambilan keputusan dilakukan dengan cara yang sistematis. Metode statistik yang digunakan meliputi analisis data statistik deskriptif dan analisis data statistik inferensial.

### 1. Analisis Data Statistik Deskripsi

Statistik deskriptif dipakai untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang sudah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.<sup>88</sup> Analisis data dalam penelitian ini dilakukan terhadap 92 responden yang memenuhi kriteria pengolahan data. Data yang diolah adalah hasil dari rata-rata jawaban responden untuk setiap variabel, baik variabel dependen maupun independen.

### 2. Analisis Data Statistik Inferensial

#### a. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur apakah data yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak,

---

<sup>88</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015).

sehingga pemilihan statistik bisa tepat.<sup>89</sup> Penelitian ini menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Dalam pengujian *Kolmogorov-Smirnov*, residual dianggap memiliki distribusi normal jika nilai signifikansinya melebihi 0,05, sebagaimana dinyatakan dalam aturan berikut:

- a)  $H_0$  diterima jika  $D_{hitung} > D_{tabel}$  (residual berdistribusi normal)
- b)  $H_0$  ditolak jika  $D_{hitung} > D_{tabel}$  (residual tidak berdistribusi normal)<sup>90</sup>

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang didasarkan pada adanya perbedaan varian residual selama periode pengamatan antar periode. Salah satu dari beberapa metode pengujian yang tersedia adalah uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Kriteria Uji glejser adalah jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$ , maka tidak ada heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai  $\text{sig} < 0,05$ , maka terdapat heteroskedastisitas.<sup>91</sup>

## 3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara variabel pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan

---

<sup>89</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Anditha Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 81.

<sup>90</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010).

<sup>91</sup> Duwi Priyanto, *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2016), 128–33.

pada periode sebelumnya, yaitu periode  $t-1$ .<sup>92</sup> Untuk mendeteksi autokorelasi, dapat digunakan uji *Durbin Watson* (DW). Keputusan diambil berdasarkan kriteria berikut:<sup>93</sup>

- a) Jika  $0 < d_L$ , artinya autokorelasinya positif
- b) Jika  $4 - d_L < d < 4$ , artinya autokorelasi negatif
- c) Jika  $d_U < d < 4 - d_U$ , artinya tidak ada autokorelasi positif atau negatif
- d) Jika  $d_L \leq d \leq d_U$  atau  $4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$ , artinya pengujian tidak yakin

Keterangan:

$d$  = Nilai durbin-watson

$L$  = Batas bawah DW

$d_U$  = Batas atas DW

#### 4) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah ada variabel independen yang serupa dalam model. Uji ini penting untuk memeriksa apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi, karena model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami

<sup>92</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibardha Publishing, 2017).

<sup>93</sup> Riyanto dan Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*, 138.

multikolinieritas.<sup>94</sup> Evaluasi mengenai keberadaan multikolinearitas dilakukan menggunakan metode nilai toleransi atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai toleransi  $> 0$  (misalnya 1) atau nilai VIF lebih kecil dari 10, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas.<sup>95</sup>

### 3. Analisis Regresi Berganda

Regresi linier berganda adalah metode yang digunakan untuk menilai seberapa besar dampak beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) untuk menentukan apakah ada hubungan fungsional antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat.<sup>96</sup> Di dalam penelitian ini variabel (Y) Perilaku Konsumtif yang selanjutnya dihubungkan dengan tiga variabel yaitu  $X_1 =$  Media Sosial,  $X_2 =$  Tingkat Pendidikan, dan  $X_3 =$  Gaya Hidup, dengan persamaan:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumsi

a = Konstanta (nilai Y apabila  $X_1, X_2,$  dan  $X_3 = 0$ )

$X_1$  = Faktor Media Sosial

$X_2$  = Faktor Tingkat Pendidikan

$X_3$  = Faktor Gaya Hidup

<sup>94</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Undip Press, 2005).

<sup>95</sup> Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*.

<sup>96</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistik* (Bandung: Alfabeta, 2007), 108.

- $b_1$  = Koefisien regresi Media Sosial (X1)  
 $b_2$  = Koefisien regresi Tingkat Pendidikan (X2)  
 $b_3$  = Koefisien regresi Gaya Hidup (X3)  
 $\varepsilon$  = Standae Error

#### 4. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengevaluasi dampak media sosial, tingkat pendidikan, dan gaya hidup terhadap perilaku ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Model regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### a. Uji Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menilai signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t mengindikasikan sejauh mana satu variabel independen secara individu berpengaruh dalam menjelaskan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan tingkat *signifikansi alpha* sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).<sup>97</sup> Menurut hipotesis:

Ha<sub>1</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

---

<sup>97</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011).

H<sub>01</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

Ha<sub>2</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

H<sub>02</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

Ha<sub>3</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim Kecamatan Parang, Magetan.

H<sub>03</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

Ha<sub>4</sub>: Ada pengaruh secara simultan antara media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

H<sub>04</sub>: Tidak ada pengaruh secara simultan antara media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

Dimana kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Jika nilai sig > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima dan Ha ditolak

Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.<sup>98</sup>

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah secara bersama-sama, koefisien variabel independen secara signifikan memengaruhi variabel dependen. Uji ini membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat  $\alpha$  (5%) pada derajat kebebasan 5% atau membandingkan nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan nilai  $F_{\text{tabel}}$ . Berikut adalah hipotesisnya:

$H_{a1}$ : Ada pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

$H_{01}$ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

$H_{a2}$ : Ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

$H_{02}$ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan

---

<sup>98</sup> Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*.

Ha<sub>3</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

H<sub>03</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

Ha<sub>4</sub>: Ada pengaruh secara simultan antara media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

H<sub>04</sub>: Tidak ada pengaruh secara simultan antara media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

Dimana kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Jika nilai sig > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima dan Ha ditolak

Jika nilai sig < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan Ha diterima.<sup>99</sup>

#### c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Dalam analisis regresi linier berganda, informasi mengenai kontribusi total dari variabel independen terhadap variabel dependen dapat diperoleh melalui nilai koefisien determinasi total (R<sup>2</sup>). Ketika nilai R<sup>2</sup> mendekati 1, ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen semakin kuat. Sebaliknya, jika nilai R<sup>2</sup> mendekati

---

<sup>99</sup> Ibid.

0, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen semakin lemah. Selain itu, nilai R<sup>2</sup> dapat meningkat atau menurun ketika satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.<sup>100</sup>



---

<sup>100</sup> Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Desa Sayutan merupakan desa yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani.<sup>101</sup> Desa Sayutan adalah salah satu dari 12 desa yang terletak di Kecamatan Parang, Kabupaten Magetan. Desa ini memiliki latar belakang sejarah yang bermula dari tokoh terdahulu di daerah tersebut yang kemudian memberikan nama Sayutan. Desa ini terbagi menjadi empat wilayah dukuh, yaitu: Jeruk, Dukuh, Ngelo, dan Jati. Desa Sayutan telah mengalami pertumbuhan populasi yang cukup besar. Di samping itu, desa ini juga memiliki potensi sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan oleh penduduk sebagai sumber penghidupan.

Untuk letak geografi sendiri Desa Sayutan terletak pada wilayah dataran tinggi dengan luas 928.095 ha, dengan batas-batas wilayah sebelah Utara Desa Trosono, sebelah Timur Desa Nglopang, Sebelah Selatan Desa Pohijo-Ponorogo, Sebelah Barat Desa Nguneng-Wonogiri. Selain itu beberapa aspek sosial lain di desa ini diantaranya yaitu:

---

<sup>101</sup> *Laporan Profil Desa Sayutan, 2021.*

### 1. Jumlah Kependudukan

Jumlah penduduk Desa Sayutan telah mencapai 4333 orang seiring berjalannya waktu. Angka tersebut terbagi menjadi 2117 laki-laki dan 2216 perempuan.

### 2. Pendidikan

Di Desa Sayutan telah disediakan fasilitas pendidikan bagi masyarakat Desa Sayutan sendiri dan sekitarnya, yaitu sebagai berikut:

- a. PAUD
- b. Madrasah Ibtidaiah
- c. Taman Kanak-kanak, yaitu Taman Kanak-kanak Dharma Bhakti 1 dan 2,
- d. Sekolah Dasar Negeri, yaitu SDN Sayutan 1, SDN Sayutan 2, SDN Sayutan 4, dan SDN Sayutan 5
- e. MTS PSM (Pesantren Sabilil Muttaqien)

### 3. Agama

Mayoritas penduduk Desa Sayutan memeluk agama Islam, namun terdapat sekitar 59 orang yang menganut agama lain. Untuk memfasilitasi kebutuhan ibadah, desa ini dilengkapi dengan 10 masjid, 19 musholla yang terdapat di setiap dukuh, dan memiliki 1 gereja.

Masyarakat Muslim di Desa Sayutan aktif dalam berbagai kegiatan, seperti TPA/TPQ yang biasanya diikuti oleh anak-anak hingga remaja. Sedangkan setiap malam Jum'at kegiatan yang dilakukan adalah Yasinan bergilir untuk kalangan Bapak-bapa. Untuk Ibu-ibu biasanya kegiatan Yasinan

setiap rt berbeda-beda hari, yaitu menyesuaikan dengan kesepakatan masyarakat sekitar. Selain itu di Desa ini juga terapat kegiatan sholat yang biasa disebut BSS (Bumi Sholawat Sayutan) yang dilakukan bergilir ke seluruh masjid dan juga musholla yang ada di Desa tersebut, kegiatan ini dilakukan setiap malam Sabtu. Serta kegiatan lain seperti Fatayat dan Muslimat yang dilakukan oleh para Ibu-ibu muslim lainnya.

Sedangkan warga non-Muslim umumnya melibatkan diri dalam kegiatan keagamaan seperti sekolah minggu, yang diselenggarakan khusus untuk pembelajaran agama. Setiap Sabtu sore, mereka juga mengikuti kebaktian remaja, dan setiap Minggu pagi atau sore ada ibadah umum. Dengan adanya keragaman agama ini, Desa Sayutan selalu mendorong toleransi antar keyakinan dan menyediakan fasilitas serta kegiatan keagamaan bagi semua warga.

#### 4. Sosial dan Ekonomi

Sebagian kecil dari struktur sosial di Desa Sayutan berkaitan erat dengan unsur budaya. Beberapa komponen dari kekayaan sosial dan budaya yang terdapat di desa ini mencakup seni tradisional seperti jaranan atau "Jaran Dor", musik karawitan dengan aliran "Setio Laras", dan praktik keagamaan seperti hadrah dan banjari.

Penduduk Desa Sayutan sebagian besar mencari nafkah dari sektor pertanian, dimana mereka bertani berbagai jenis tanaman seperti padi, ketela pohon, jagung, kacang tanah, cabai, dan sayuran, serta menanam tanaman

produktif seperti pohon jati emas. Di samping pertanian, terdapat juga sektor peternakan seperti sapi dan kambing.

#### 5. Pekerjaan

Penduduk Desa Sayutan sebagian besar mencari nafkah dari sektor pertanian, dimana mereka bertani berbagai jenis tanaman seperti padi, ketela pohon, jagung, kacang tanah, cabai, dan sayuran, serta menanam tanaman produktif seperti pohon jati emas. Di samping pertanian, terdapat juga sektor peternakan seperti sapi dan kambing.

### B. Hasil Uji Pengujian Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Untuk mendapatkan data primer, kuesioner disebarikan kepada 92 ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan, yang dianggap mewakili populasi. Sebelum kuesioner diberikan kepada 92 responden, dilakukan uji coba terhadap 30 responden dengan memberikan 30 pertanyaan untuk menilai validitas dari seluruh pertanyaan yang diajukan. Suatu pertanyaan dianggap valid jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau jika nilai signifikansi ( $sig$ )  $\leq 0,05$ .<sup>102</sup> Berdasarkan pengamatan pada nilai  $r_{tabel}$  (dalam tabel statistik untuk uji dua sisi), dengan  $N = 30$  dan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%, didapatkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Penghitungan

---

<sup>102</sup> Priyanto, *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*.

validitas instrumen dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 29, dengan hasil pengujian validitas yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r <sub>tabel</sub>	r <sub>hitung</sub>	Sig	Sig	Keterangan
					(2-tailed)	
Perilaku Konsumtif (Y)	1	0,361	0,750	0,05	0,001	Valid
	2	0,361	0,395	0,05	0,031	Valid
	3	0,361	0,771	0,05	0,001	Valid
	4	0,361	0,509	0,05	0,004	Valid
	5	0,361	0,789	0,05	0,001	Valid
	6	0,361	0,469	0,05	0,009	Valid
	7	0,361	0,555	0,05	0,001	Valid
	8	0,361	0,702	0,05	0,001	Valid
	9	0,361	0,672	0,05	0,001	Valid
	10	0,361	0,518	0,05	0,003	Valid
Media Sosial (X1)	11	0,361	0,584	0,05	0,001	Valid
	12	0,361	0,401	0,05	0,028	Valid
	13	0,361	0,560	0,05	0,001	Valid
	14	0,361	0,665	0,05	0,001	Valid
	15	0,361	0,753	0,05	0,001	Valid
	16	0,361	0,520	0,05	0,003	Valid
	17	0,361	0,562	0,05	0,001	Valid
	18	0,361	0,753	0,05	0,001	Valid
Tingkat Pendidikan (X2)	19	0,361	0,805	0,05	0,001	Valid
	20	0,361	0,584	0,05	0,001	Valid
	21	0,361	0,732	0,05	0,001	Valid
	22	0,361	0,681	0,05	0,001	Valid
	23	0,361	0,582	0,05	0,001	Valid
	24	0,361	0,674	0,05	0,001	Valid
Gaya Hidup (X3)	25	0,361	0,800	0,05	0,001	Valid
	26	0,361	0,702	0,05	0,001	Valid
	27	0,361	0,756	0,05	0,001	Valid
	28	0,361	0,419	0,05	0,021	Valid

	29	0,361	0,840	0,05	0,001	Valid
	30	0,361	0,818	0,05	0,001	Valid

Berdasarkan informasi dalam tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari total 30 item pertanyaan, sebagian besar bersifat positif. Dari 30 item pertanyaan tersebut memiliki nilai positif dan dianggap valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Untuk menentukan pertanyaan yang diajukan reliabel, dilakukan pengujian reliabilitas menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23, dengan hasil seperti berikut:

**Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Batas Reliabilitas	Kriteria
Perilaku Konsumtif (Y)	0,822	0,60	Reliabel
Media Sosial (X1)	0,737	0,60	Reliabel
Tingkat Pendidikan (X2)	0,757	0,60	Reliabel
Gaya Hidup (X3)	0,818	0,60	Reliabel

Kriteria yang digunakan untuk pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah dengan menggunakan batas 0,6. Jika reliabilitas kurang dari 0,6, dianggap tidak baik, sedangkan jika mencapai 0,7, dianggap dapat diterima, dan jika mencapai 0,8, dianggap baik. Dari hasil tabel uji reliabilitas di atas, terlihat bahwa setiap variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam instrumen yang diuji reliabel.

### C. Analisis Data Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberi gambaran terperinci tentang karakteristik variabel penelitian, seperti nilai terendah, tertinggi, rata-rata, dan standar deviasi. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini termasuk Perilaku Konsumtif (Y), Penggunaan Media Sosial (X1), Tingkat Pendidikan (X2), dan Gaya Hidup (X3) pada ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Analisis statistik deskriptif dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29. Selanjutnya, akan diuraikan analisis statistik deskriptif untuk setiap variabel dalam penelitian.

**Tabel 4.3 Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumtif	92	16.00	37.00	27.6739	3.26859
Media Sosial	92	19.00	32.00	27.3370	2.66964
Tingkat Pendidikan	92	9.00	22.00	17.0217	2.51142
Gaya Hidup	92	7.00	21.00	13.7717	2.17934
Valid N (listwise)	92				

Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari analisis deskriptif masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, indikator yang dipakai untuk menilai perilaku konsumtif ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan yaitu 1) Pembelian yang dilakukan secara impulsif; 2) Pembelian yang dilakukan secara tidak rasional; 3) Pemborosan; dan 4) Status. Berdasarkan pengujian statistik pada tabel 4.3 bisa diketahui jika jumlah responden yaitu 92 orang, menunjukkan jika nilai minimum yang dimiliki adalah 16,00 dan nilai maksimumnya adalah 37,00. Sedangkan untuk standar deviasinya sebesar 3,26859 dan skor rata-ratanya adalah 27,6739. Maka kesimpulan yang dapat diambil adalah nilai dari rata-rata dan standar deviasi dari variabel perilaku konsumtif ini menunjukkan jika penyebaran datanya baik, karena nilai rata-rata yang dimiliki lebih besar dari standar deviasinya.
2. Indikator yang digunakan dalam mengukur variabel media sosial terhadap perilaku konsumtif pada penelitian ini yaitu kemudahan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi . Berdasarkan pengujian statistik dari tabel 4.3 diketahui bahwa jumlah responden yaitu 92 orang, menunjukkan bahwa nilai minimum yang dimiliki sebesar 19,00 dan nilai maksimum sebesar 32,00. Sedangkan untuk standar deviasinya sebesar 2,66964 dan skor rata-ratanya adalah 27,3370. Maka kesimpulannya adalah nilai dari rata-rata dan standar deviasi dari variabel media sosial ini menunjukkan jika penyebaran datanya baik, karena nilai rata-rata yang dimiliki lebih besar dari standar deviasinya.

3. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif yaitu pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Dimana pendidikan dasar yang dimaksud adalah SD, dan SMP/MTS, untuk pendidikan menengah yaitu SMA/SMK/MA, dan pendidikan tinggi termasuk sarjana dan juga diploma. Berikut adalah hasil dari uji statistik deskripsi yang tersedia pada tabel 4.4.

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD/MI	3 Orang	3.26%
2	SMP/MTS	31 Orang	33.70%
3	SMA/SMK/MA	44 Orang	47.83%
4	Diploma	3 Orang	3.26%
5	Sarjana	11 Orang	11.96%
	Total	92 Orang	100%

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan tingkat pendidikan ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan dengan tingkat pendidikan SD/MI memiliki frekuensi 3 orang dengan nilai persentase sebesar 3,26%, untuk tingkat pendidikan SMP/MTS sebanyak 31 orang dengan nilai persentase sebesar 33,70%, kemudian untuk tingkat pendidikan SMA/SMK/MA memiliki nilai frekuensi paling banyak yaitu 44 orang dengan nilai presentase sebesar 47,83%, untuk Diploma sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 3,26%, dan Sarjana memiliki frekuensi 11 orang dengan presentase sebesar 11.96%. Berdasarkan pengujian

statistik dari tabel 4.3 diketahui bahwa jumlah responden yaitu 92 orang, menunjukkan bahwa nilai minimum yang dimiliki sebesar 9,00 dan nilai maksimum sebesar 22,00. Sedangkan untuk standar deviasinya sebesar 2,51142 dan skor rata-ratanya adalah 17,0217. Maka kesimpulannya adalah nilai dari rata-rata dan standar deviasi dari variabel media sosial ini menunjukkan jika penyebaran datanya baik, karena nilai rata-rata yang dimiliki lebih besar dari standar deviasinya.

4. Indikator yang dipakai untuk menilai variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada penelitian ini yaitu aktivitas (activity), Ketertarikan/minat (Interest) dan Pendapat/Opini (Opinion). Berdasarkan pengujian statistik dari tabel 4.3 diketahui bahwa jumlah responden yaitu 92 orang, menunjukkan bahwa nilai minimum yang dimiliki sebesar 7,00 dan nilai maksimum sebesar 21,00. Sedangkan untuk standar deviasinya sebesar 2,17934 dan skor rata-ratanya adalah 13,7717. Maka kesimpulannya adalah nilai dari rata-rata dan standar deviasi dari variabel media sosial ini menunjukkan jika penyebaran datanya baik, karena nilai rata-rata yang dimiliki lebih besar dari standar deviasinya.

## a. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

**Tabel 4.5 Hasil Skor Variabel Perilaku Konsumtif (Y)**

<b>Indikator Perilaku Konsumtif</b>	<b>Total</b>
Pembelian yang dilakukan secara impulsive	853
Pembelian yang dilakukan secara tidak rasional	861
Pemborosan	388
Status	444
<b>Total</b>	<b>2546</b>

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.5 diketahui bahwa total keseluruhan indikator dari variabel perilaku konsumtif yaitu sebesar 2546 dimana rata-rata per indikator sebesar 636. Maka indikator yang tertinggi terletak pembelian yang dilakukan secara tidak rasional yaitu sebesar 861 dan yang terendah terletak pada indikator pemborosan yaitu sebesar 388.

## b. Variabel Media Sosial (X1)

**Tabel 4.6 Hasil Skor Variabel Media Sosial (X1)**

<b>Indikator Media Sosial</b>	<b>Total</b>
Kemudahan	946
Kepercayaan	649
Kualitas Informasi	920
<b>Total</b>	<b>2515</b>

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.6 diketahui bahwa total keseluruhan indikator dari variabel media sosial yaitu sebesar 2515

dimana rata-rata per indikator sebesar 838. Maka indikator yang tertinggi terletak pada kemudahan yaitu sebesar 946 dan yang terendah terletak pada indikator kepercayaan yaitu sebesar 649.

c. Variabel Tingkat Pendidikan (X2)

**Tabel 4.7 Hasil Skor Variabel Tingkat Pendidikan (X2)**

<b>Indikator Tingkat Pendidikan</b>	<b>Total</b>
Pendidikan Dasar	483
Pendidikan Menengah	544
Pendidikan Tinggi	539
<b>Total</b>	<b>1566</b>

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.7 diketahui bahwa total keseluruhan indikator dari variabel tingkat pendidikan yaitu sebesar 1566 dimana rata-rata per indikator sebesar 522. Maka indikator yang tertinggi terletak pada pendidikan menengah yaitu sebesar 544 dan yang terendah terletak pada indikator pendidikan dasar yaitu sebesar 483.

d. Variabel Gaya Hidup (X3)

**Tabel 4.8 Hasil Skor Variabel Gaya Hidup (X3)**

<b>Indikator Gaya Hidup</b>	<b>Total</b>
Aktivitas (activity)	479
Ketertarikan/minat (Interest)	365
Pendapat/Opini (Opinion)	423
<b>Total</b>	<b>1267</b>

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.8 diketahui bahwa total keseluruhan indikator dari variabel gaya hidup yaitu sebesar 1267 dimana rata-rata per indikator sebesar 422. Maka indikator yang tertinggi terletak pada aktivitas (activity) yaitu sebesar 479 dan yang terendah terletak pada indikator ketertarikan/minat (interest) yaitu sebesar 365.

#### D. Analisis Data Statistik Inferensial

##### 1. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur untuk menilai apakah data yang dikumpulkan memiliki distribusi normal atau tidak. Salah satu teknik yang diterapkan dalam uji normalitas ini adalah metode *One Kolmogorov-Smirnov*. Hasil dari pengujian tersebut akan ditampilkan dalam tabel yang terlampir berikut ini:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.91307247
Most Extreme Differences	Absolute	0.061
	Positive	0.061
	Negative	-0.031

Test Statistic			0.061
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.		0.533
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.520
		Upper Bound	0.546

Dalam menentukan apakah residual berdistribusi normal atau tidak pada uji normalitas, keputusan diambil berdasarkan nilai signifikansi (sig), di mana residual dianggap berdistribusi normal jika  $\text{sig} > 0,05$ , dan tidak berdistribusi normal jika  $\text{sig} < 0,05$ . Hasil uji normalitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa data memiliki distribusi normal. Hal ini terlihat dari nilai *Asymp.Sig* sebesar  $0,200 > 0,05$ . Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan dalam varians residual pada model regresi yang diamati dalam penelitian.<sup>103</sup> Pengujian heteroskedastisitas ini menggunakan metode uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Berikut ini adalah tabel hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser:

---

<sup>103</sup> Fajri Ismail, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018).

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.577	1.430		1.102	0.273
	Media Sosial	0.028	0.047	0.065	0.587	0.559
	Tingkat Pendidikan	-0.070	0.051	-0.154	-1.380	0.171
	Gaya Hidup	0.028	0.056	0.054	0.506	0.614

a. Dependent Variable: abs\_res

Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah apabila nilai sig > 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas, dan terdapat heteroskedastisitas apabila nilai sig < 0,05.<sup>104</sup> Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai sig dari variabel media sosial sebesar 0.559, variabel tingkat pendidikan sebesar 0.171 dan variabel gaya hidup sebesar 0.614. Kesimpulannya, bahwa koefisien parameter untuk variabel independen memiliki nilai sig > 0,05, sehingga model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

<sup>104</sup> Ghodang dan Hantono, *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi Dan Jalur Dengan SPSS*, 55.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Berikut adalah tabel hasil uji autokorelasi:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	H	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1		.811 <sup>a</sup>	0.657	0.646	1.94541	2.096
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Media Sosial, Tingkat Pendidikan						
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Hasil dari uji autokorelasi dalam penelitian ini nilai DW sebesar 2,096. Sedangkan nilai  $n = 92$  dan  $k$  (Jumlah variabel bebas) = 3 sehingga diketahui nilai  $dL = 1,616$  dan  $dU = 1,705$ . Sehingga hasil dari uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai  $dU < d < 4 - dU$  ( $1,616 < 2,096 < 2,384$ ), jadi kesimpulannya tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi di dalam penelitian ini.

### d. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas merupakan langkah yang dilakukan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dalam suatu model regresi. Hal ini penting karena sebuah

regresi yang baik seharusnya tidak mengalami masalah multikolinieritas.<sup>105</sup>

Di bawah ini adalah tabel yang memberikan keterangan hasil dari uji multikolinieritas:

**Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	19.091	2.441		7.821	0.000		
	Media Sosial	-0.383	0.080	-0.312	-4.772	0.000	0.908	1.101
	Tingkat Pendidikan	0.202	0.086	0.155	2.339	0.022	0.887	1.127
	Gaya Hidup	1.133	0.095	0.756	11.888	0.000	0.964	1.038

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa setiap variabel bebas memiliki nilai VIF < 10, yang mengindikasikan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya multikolinieritas antar variabel bebas (independen).

### E. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah teknik yang digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

<sup>105</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.

Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan dalam tabel 4.13.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	19.091	2.441		7.821	0.000		
	Media Sosial	-0.383	0.080	-0.312	-4.772	0.000	0.908	1.101
	Tingkat Pendidikan	0.202	0.086	0.155	2.339	0.022	0.887	1.127
	Gaya Hidup	1.133	0.095	0.756	11.888	0.000	0.964	1.038

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Dari output uji regresi linier berganda yang tercantum pada tabel di atas, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 19.091 + 0.383X_1 + 0.202X_2 + 1.133X_3 + \epsilon$$

Dari Persamaan tersebut, kita dapat mengetahui nilai-nilai berikut:

1. Nilai konstanta a adalah 19.091. Ini berarti bahwa ketika nilai media sosial dan gaya hidup adalah 0, perilaku konsumtif akan memiliki nilai positif sebesar 19.091.

2. Nilai koefisien  $b_1$  adalah 0.383. Ini berarti bahwa jika nilai media sosial naik satu satuan, perilaku konsumtif diharapkan meningkat sebesar 0.383satuan, dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap.
3. Nilai koefisien  $b_2$  adalah 0.202. Ini berarti jika nilai gaya hidup naik satu satuan, perilaku konsumtif diharapkan meningkat sebesar 0.202 satuan, dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap.
4. Nilai koefisien  $b_3$  adalah 1.133. Ini berarti jika nilai gaya hidup naik satu satuan, perilaku konsumtif diharapkan meningkat sebesar 1.133 satuan, dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap.

#### **F. Hasil Pengujian Hipotesis**

##### 1. Uji Parsial ( Uji t)

Uji parsial (Uji t) pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen tertentu terhadap variabel dependen. Syarat  $H_a$  diterima yaitu apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai  $Sig < 0,05$ . Jika syarat tersebut tidak terpenuhi maka hipotesis  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Nilai  $t_{hitung}$  dapat dilihat dari nilai *Coefficients*, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dapat diketahui dengan menggunakan rumus berikut:

$$T_{tabel} = (a/2 ; n - k - 1)$$

$k$  = Jumlah variabel independen

$n$  = Jumlah responden

$a$  = Nilai signifikansi 0,05 (tingkat kepercayaan 95%)

Diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah 92 responden dan untuk variabel independen yang digunakan sebanyak 2 variabel. Maka  $t_{\text{tabel}} (0,05/2 ; 92 - 3 - 1) = (0,025 ; 88)$ . Sehingga nilai  $t_{\text{tabel}}$  yang didapat dari tabel nilai t adalah 1,991. Berikut adalah tabel yang hasil dari uji t:

**Tabel 4.14 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.091	2.441		7.821	0.000
	Media Sosial (X1)	-0.383	0.080	-0.312	-4.772	0.000
	Tingkat Pendidikan (X2)	0.202	0.086	0.155	2.339	0.022
	Gaya Hidup (X3)	1.133	0.095	0.756	11.888	0.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Berikut ini adalah hasil dari pengujian hipotesis untuk 3 variabel independen:

- a. Pada variabel media sosial (X1) memiliki nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$  atau nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  yaitu  $4,772 > 1,991$ , maka  $H_{a1}$  diterima. Artinya variabel media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif.

- b. Pada variabel tingkat pendidikan (X2) memiliki nilai Sig sebesar  $0,022 < 0,05$  atau nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,339 > 1,991$ , maka  $H_{a3}$  diterima. Artinya variabel tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif.
- c. Pada variabel gaya hidup (X3) memiliki nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$  atau nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $11,888 > 1,991$ , maka  $H_{a3}$  diterima. Artinya variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah metode yang digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Syarat  $H_a$  diterima yaitu apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai Sig  $< 0,05$ . Jika syarat tersebut tidak terpenuhi maka hipotesis  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Nilai  $F_{tabel}$  dapat diketahui dengan menggunakan rumus berikut:

$$F_{tabel} = (k ; n - k)$$

$k$  = Jumlah variabel independen

$n$  = Jumlah responden

Diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah 92 responden dan untuk variabel independen yang digunakan sebanyak 3 variabel. Maka  $F_{tabel} (3 ; 92 - 3) = (3 ; 89)$ . Sehingga nilai  $F_{tabel}$  yang didapat dari tabel nilai F adalah 2,707. Berikut adalah tabel hasil dari uji F:

Tabel 4.15 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	B	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	639.171	3	213.057	56.296	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	333.046	88	3.785		
	Total	972.217	91			

<sup>a</sup> a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

<sup>b</sup> b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup (X3), Media Sosial (X1), Tingkat Pendidikan (X2)

Berasarkan dari hasil pengujian diatas dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 56,296 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,707 sehingga nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $56,296 > 2,707$  dan tingkat Sig  $< 0,05$  atau  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial (X1), variabel tingkat pendidikan (X2) dan variabel gaya hidup (X3) secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

## G. Koefisien Determinasi Berganda

### 1. Hasil Koefisien Determinasi Simultan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi simultan ( $R^2$ ) adalah uji yang digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Berikut tabel hasil dari uji  $R^2$ :

**Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 <sup>a</sup>	0.657	0.646	1.94541
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup (X3), Media Sosial (X1), Tingkat Pendidikan (X2)				

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui jika nilai dari R Square sebesar 0,589. Besarnya nilai R Square sebesar 0,657 tersebut sama dengan 65,7%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial (X1), variabel tingkat pendidikan (X2) dan variabel gaya hidup (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 65,7%. Sedangkan untuk sisanya 34,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang bukan termasuk dalam penelitian ini.

## H. Pembahasan

Berikut adalah pembahasan mengenai hasil penelitian dan analisis statistik tentang dampak media sosial, pendidikan, dan gaya hidup ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Parang, Magetan:

### 1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Muslim Di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan

Media sosial adalah suatu aplikasi yang berbasis internet yang dapat mengajak para penggunanya untuk berpartisipasi secara terbuka, memberikan komentar, dan juga dapat berbagi informasi yang tidak terbatas.<sup>106</sup>

Hipotesis di dalam penelitian ini adalah “Media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan”. Hasil dalam penelitian menunjukkan jika ada pengaruh secara signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,772 > 1,991$  dan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga kesimpulannya adalah media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Hal tersebut menunjukkan jika hipotesis 1 ( $H_{a1}$ ) di dalam penelitian ini **diterima**.

Dari analisis statistik deskriptif data penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel media sosial, standar deviasi sebesar 2,66964 dan rata-rata skornya sebesar 27,3370. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penyebaran data tersebut baik, karena nilai rata-ratanya lebih besar dari standar deviasinya.

Temuan tersebut konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Irma Yunita, Fauzi Arif Lubis, dan Nuri Aslami (2023), yang menegaskan

---

<sup>106</sup> Kartini, *Media Sosial dan Produktivitas Kerja Generasi Milenial*.

bahwa media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.<sup>107</sup> Hal ini juga sesuai dengan temuan dari penelitian Abdullah dan Imam Sukwatus Suja'i (2022), yang menunjukkan bahwa faktor media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.<sup>108</sup>

## **2. Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Muslim Di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan**

Pendidikan dapat diartikan sebagai salah satu bimbingan yang telah diberikan oleh seseorang yang telah dewasa, matang, dan juga berpengalaman dalam perkembangan orang lain, sehingga memiliki kecakapan yang cukup untuk mengurus kebutuhan hidupnya sendiri. Tujuan pendidikan adalah untuk memperluas kapasitas dan membangun karakter individu guna memberikan pencerahan kepada bangsa serta membantu dalam mengembangkan potensi individu sehingga mereka dapat mencapai ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki akhlak yang baik, berpengetahuan luas, memiliki keterampilan, kreatif, mandiri, serta menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab.<sup>109</sup>

Tingkat pendidikan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, dimana seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi

---

<sup>107</sup> Yunita, Lubis, dan Aslami, "Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif ( Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara )," 332–441.

<sup>108</sup> Muhamad Nur Fani Abdullah Imam Sukwatus Suja'i, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif," *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi dan Inovasi Ilmiah Pendidikan* Volume 8, Nomor 2 (2022): 75–82.

<sup>109</sup> Husamah, Restian, dan Widodo, *Pengantar Pendidikan*, 30.

cenderung memiliki pengetahuan dan juga pemahaman yang luas, hal tersebut juga yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil suatu keputusan dalam mengonsumsi suatu barang, apakah barang tersebut sesuai kebutuhan atau tidak.<sup>110</sup>

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat berbagai tingkat pendidikan pada ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Lulusan SMA/SMK/MA merupakan lulusan terbanyak yaitu 44 orang atau sebesar 47,83% dari 92 responden, kemudian disusul tingkat pendidikan SMP/MTS yang berjumlah 31 orang atau sebesar 33,70%, untuk Sarjana hanya sebanyak 11 orang atau 11,96%, dan Diploma sebanyak 3 orang atau 3,26%. Hal ini menunjukkan jika pendidikan yang dimiliki ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan tergolong masih rendah namun banyak ibu rumah tangga muslim yang masih berperilaku konsumtif.

Hipotesis di dalam penelitian ini adalah “Tingkat Pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan”. Hal ini ditunjukkan oleh hasil dari nilai Sig sebesar  $0,022 < 0,05$  atau nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,339 > 1,991$ . Artinya variabel tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di

---

<sup>110</sup> Rionita dan Widiastuti, “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim Di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi),” 295–296.

Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Hal tersebut menunjukkan jika hipotesis 2 (Ha2) di dalam penelitian ini **diterima**.

Dari analisis statistik deskriptif data penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel tingkat pendidikan, standar deviasi sebesar 2,51142 dan rata-rata skornya sebesar 17,0217. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penyebaran data tersebut baik, karena nilai rata-ratanya lebih besar dari standar deviasinya..

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dijalankan oleh Riki Yahya Isnaini Harahap dan Zuhrinal M. Nawawi (2022) yang menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.<sup>111</sup> Dan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasinta Widi Astari (2020) mengenai pengaruh tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif.<sup>112</sup>

### **3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Muslim Di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan**

Gaya hidup adalah upaya aktif individu dalam menanggapi situasi sosial untuk memenuhi kebutuhan mereka dan berinteraksi dengan orang lain.

---

<sup>111</sup> Zuhrinal M. Nawawi, "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendapatan, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Kota Medan," 8.

<sup>112</sup> Astari, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Ekonomi, Gaya Hidup Keluarga Dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Anak Nelayan (Studi Di Desa Tasikagung Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang)."

Hal ini mencakup serangkaian kebiasaan, pandangan, dan respons terhadap kehidupan.<sup>113</sup>

Hasil penelitian pada analisis deskriptif gaya hidup ibu rumah tangga Muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan, menunjukkan bahwa kondisi gaya hidup tersebut dapat dikategorikan baik. Dimana standar deviasinya adalah 2.17934 dan rata-rata nilainya adalah 13,7717. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata dan standar deviasi variabel gaya hidup ini menandakan penyebaran data yang baik, karena rata-ratanya lebih tinggi daripada standar deviasinya.

Hipotesis di dalam penelitian ini adalah “Gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan”. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Hal ini ditunjukkan ditunjukkan oleh hasil dari nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$  atau nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $11,888 > 1,991$ . Artinya variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Hal ini menunjukkan jika hipotesis 3 (Ha3) pada penelitian ini **diterima**.

---

<sup>113</sup> Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*.

#### **4. Pengaruh Media Sosial, Tingkat Pendidikan, Dan Gaya Hidup Secara Simultan Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Muslim Di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan**

Media sosial merupakan suatu media online untuk tempat para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan juga menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.<sup>114</sup> Pendidikan dapat diartikan sebagai salah satu bimbingan yang telah diberikan oleh seseorang yang telah dewasa, matang, dan juga berpengalaman dalam perkembangan orang lain, sehingga memiliki kecakapan yang cukup untuk mengurus kebutuhan hidupnya sendiri.<sup>115</sup> Gaya hidup adalah cara seseorang menjalani hidup yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pandangan mereka. Gaya hidup dapat menggambarkan interaksi seseorang dengan lingkungannya secara utuh.<sup>116</sup>

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah “Ada pengaruh secara simultan media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan

---

<sup>114</sup> Lestari dan Faizin, “Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun,” 234.

<sup>115</sup> Husamah, Restian, dan Widodo, *Pengantar Pendidikan*, 30.

<sup>116</sup> Kotler, P., & Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13, terj. Bob Sabran*.

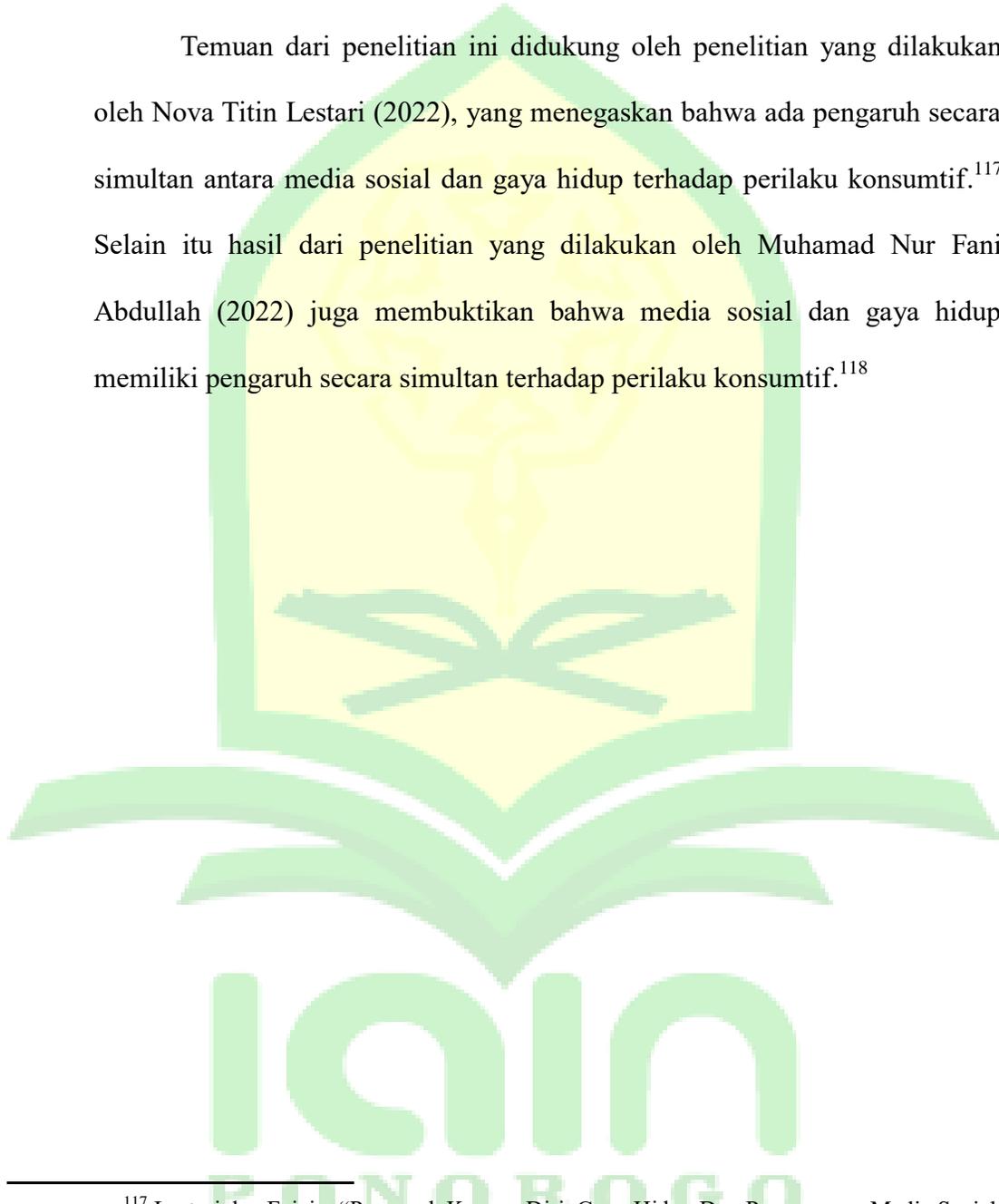
Parang, Magetan. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji F dimana nilai  $F_{hitung}$  sebesar 56,296 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,707 sehingga nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $56,296 > 2,707$  dan tingkat Sig  $< 0,05$  atau  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial (X1), variabel tingkat pendidikan (X2) dan variabel gaya hidup (X3) secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

Dari hasil pengujian koefisien determinasi secara simultan dalam penelitian ini, kita dapat memahami seberapa besar sumbangan pengaruh dari seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dapat diketahui bahwa besarnya nilai R Square sebesar 0,589. Besarnya nilai R Square sebesar 0,657 tersebut sama dengan 65,7%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial (X1), variabel tingkat pendidikan (X2) dan variabel gaya hidup (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 65,7%. Sedangkan untuk sisanya 34,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang bukan termasuk dalam penelitian ini.

Hasil analisis deskriptif perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan ini termasuk dalam kategori yang baik, dimana standar deviasinya sebesar 3,26859 dan skor rata-ratanya adalah 27,6739. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai dari rata-rata dan

standar deviasi dari variabel perilaku konsumtif ini baik, karena nilai rata-rata yang dimiliki lebih besar dari standar deviasinya.

Temuan dari penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nova Titin Lestari (2022), yang menegaskan bahwa ada pengaruh secara simultan antara media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.<sup>117</sup> Selain itu hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Nur Fani Abdullah (2022) juga membuktikan bahwa media sosial dan gaya hidup memiliki pengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif.<sup>118</sup>



---

<sup>117</sup> Lestari dan Faizin, “Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun,” 238.

<sup>118</sup> Abdullah dan Suja’i, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif,” 82.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian dan juga atas analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil pengujian yang telah dilakukan bahwa variabel media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Hal tersebut dinyatakan berdasarkan hasil dari uji t yang menunjukkan bahwa nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$  atau nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,772 > 1,991$ , maka  $H_{a1}$  diterima. Artinya variabel media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif.
2. Berdasarkan dari hasil pengujian yang telah dilakukan bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Hal tersebut dinyatakan berdasarkan hasil dari uji t yang menunjukkan bahwa nilai Sig sebesar  $0,022 < 0,05$  atau nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,339 > 1,991$ , maka  $H_{a3}$  diterima. Artinya variabel tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif.
3. Berdasarkan dari hasil pengujian yang telah dilakukan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah

tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Hal tersebut dinyatakan berdasarkan hasil dari uji t yang menunjukkan bahwa nilai Sig sebesar  $,000 < 0,05$  atau nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $11,888 > 1,991$ , maka  $H_{a3}$  diterima. Artinya variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif.

4. Berdasarkan dari hasil pengujian yang telah dilakukan bahwa variabel media sosial, tingkat pendidikan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan. Hal ini dinyatakan berdasarkan atas hasil uji F yang menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $56,296 > 2,707$  dan tingkat Sig  $< 0,05$  atau  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial (X1), variabel tingkat pendidikan (X2) dan variabel gaya hidup (X3) secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Desa Sayutan, Kecamatan Parang, Magetan.

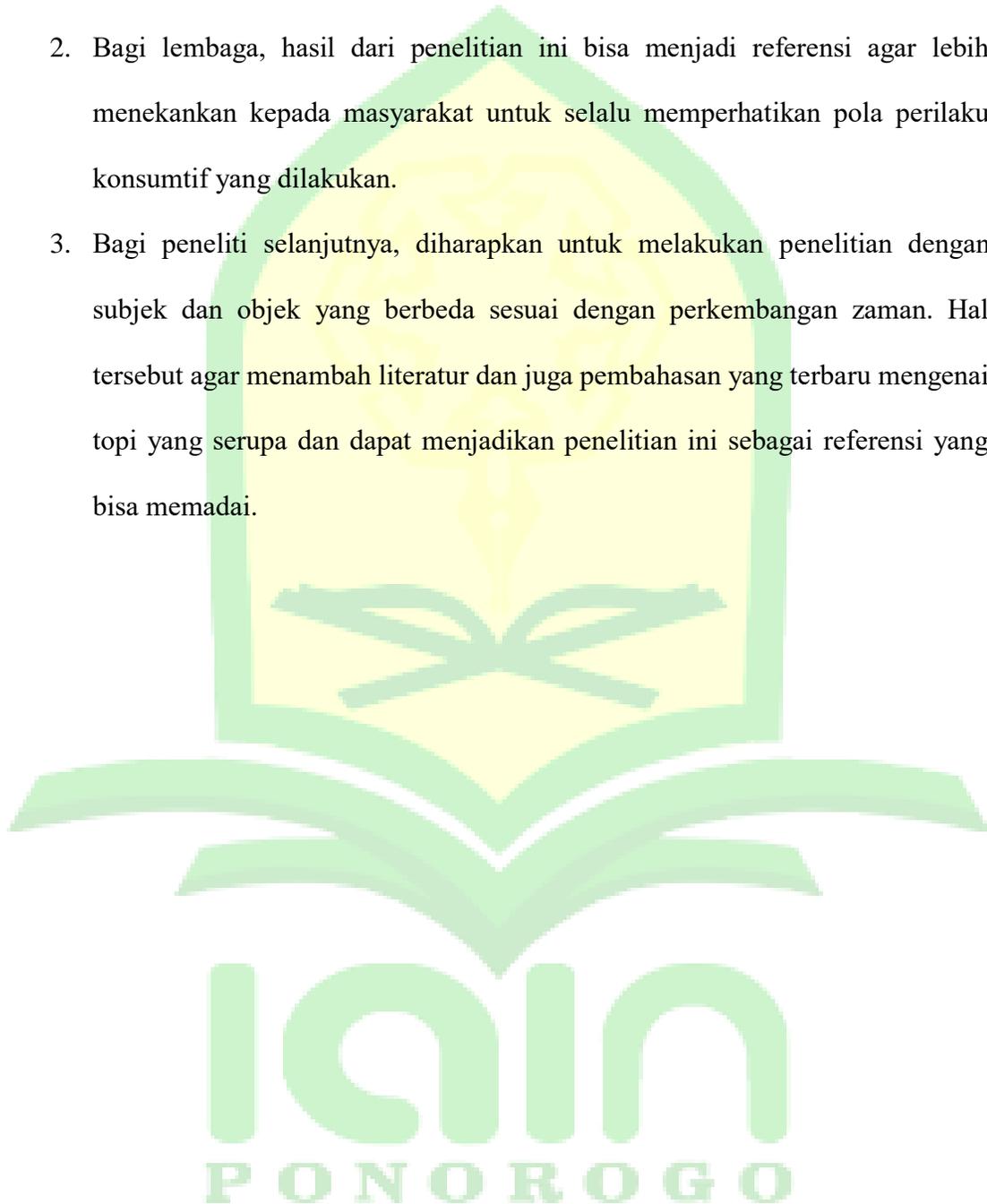
## B. Saran

Berdasarkan atas analisis dan juga pembahasan yang telah dilakukan, beberapa saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi ibu rumah tangga muslim diharapkan agar selalu menentukan sikap dalam bertindak dan berfikir dalam memilih barang atau jasa yang akan

dikonsumsi apakah sesuai kebutuhan atau tidak agar mendapatkan kebaikan dunia maupun akhirat.

2. Bagi lembaga, hasil dari penelitian ini bisa menjadi referensi agar lebih menekankan kepada masyarakat untuk selalu memperhatikan pola perilaku konsumtif yang dilakukan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk melakukan penelitian dengan subjek dan objek yang berbeda sesuai dengan perkembangan zaman. Hal tersebut agar menambah literatur dan juga pembahasan yang terbaru mengenai topik yang serupa dan dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi yang bisa memadai.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhamad Nur Fani, dan Imam Sukwatus Suja'i. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif." *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*. Volume 8, Nomor 2 (2022): 72–84. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>.
- Abdurrohman. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif." *Jurnal Ekonomi Syariah* . Volume 2, Nomor 2 (2023): 98–105.
- Al-Qaradhawi, Yusuf. *Norma & Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani, 1997.
- Astari, Yasinta Widi. "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Ekonomi, Gaya Hidup Keluarga Dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Anak Nelayan (Studi Di Desa Tasikagung Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang)." *Universitas Negeri Semarang*, 2020.
- Bate'e, Maria Magdalena. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli." *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Volume 2, Nomor 2 (2019).
- BPS Kabupaten Magetan, "Publikasi – BPS Magetan – Badan Pusat Statistik" , diakses pada tanggal 12 April 2024, <https://magetankab.bps.go.id/publication.html?Page=4>
- Cahyaningtyas, Sherlyna, dan Moh Gufron. "Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung." *Jurnal Economina*. Volume 2, Nomor 2 (2023): 421–32.
- Chrisnawati, Dian, dan Sri Muliati Abdullah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian ( Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah )." *Jurnal Spirits*. Volume 2, Nomor 1 (2011): 2087–7641.
- Fajirin, Fauzan Bahamarianto, dan Rachma Indrarini. "Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Islami pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif di Surabaya)." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. Volume 4, Nomor 2 (2021): 156–67.
- Febriyanty, Novita, dan Moh. Faizin. "Pengaruh Gaya Hidup, Konormitas Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z." *Jurnal Ekonomi Syariah* . Volume 7, Nomor 2 (2022): 132–49.

- Firmando, Harisan Boni. *Sosiologi Kebudayaan: Dari Nilai Budaya Hingga Praktik Sosial*. Yogyakarta: Bintang semesta Media, 2022.
- Ghodang, Hironymus, dan Hantono. *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur Dengan SPSS*. Medan: PT. Penerbit Mitra Grup, 2020.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Undip Press, 2005.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, Ria Rahmatul Istiqomah. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. LP2M UST Jogja*, 2022.
- Husamah, Arina Restian, dan Rohmad Widodo. *Pengantar Pendidikan*. Malang: UMM Press, 2019.
- Ismail, Fajri. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- Kartini, Yuni. *Media Sosial dan Produktivitas Kerja Generasi Milenial*. Makassar: Guepedia, 2020.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13, terj. Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kusumawati, Putu, dan Yeni Rusyani. *Metodologi Penelitian*. Klaten: Lakeisha, 2023.
- Laporan Profil Desa Sayutan*, 2021.
- Lestari, Nova Titin, dan Moh. Faizin. “Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun.” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*. Volume 2, Nomor 2 (2022): 229–44.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Mibardha Publishing, 2017.
- Mustomi, Dede, dan Aprilia Puspasari. “PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA.” *CERMIN: Jurnal Penelitian* Volume 4, Nomor 1 (Juli 2020): 133.
- Muttaqin, Firyal Naufali, Leny Noviani, dan Sudarno Sudarno. “Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* . Volume 10, Nomor 3 (2022): 237–46.
- Nawawi, Zuhrial M. “Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas , Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Kota

- Medan.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* . Volume 8, . Nomor 03 (2022): 2986–94.
- Nurazijah, Mira, Syaipia Laila Nur Fitriani, dan Tin Rustini. “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa.” *Journal on Education* . Volume 5, Nomor 2 (2023): 2345–52.
- Priyanto, Duwi. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi, 2016.
- Putri, Silviana Meinawati, Iranita Hervi Mahardayani, dan Latifah Nur Ahyani. “Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis dan Kepribadian Ekstrovert pada Wanita Dewasa Awal.” *Jurnal Psikologi Perseptual*. Volume 7, Nomor 1 (2022): 120.
- Rahmadi. *Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Riduwan, dan Sunarto. *Pengantar statistik*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Rionita, Dewi, dan Tika Widiastuti. “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim Di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi).” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Volume 6, Nomor 2 (2020): 288.
- Risnawati. “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh).” *Skripsi*, 2020, 1–9.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Anditha Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rohayedi, Eddy, dan Maulina Maulina. “Konsumerisme Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Transformatif* . Volume 4, Nomor 1 (2020): 31–48.
- Sadewa, Muhammad Aje, dan Lita Ariani. “Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.” *Jurnal Bimbingan dan Konseling Pandohop*. Volume 2, Nomor 1 (2022): 34–41.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Saputra, Mochammad Ronaldy Aji, Fitriani Idham Chalid, dan Heri Budianto. *Metode Ilmiah Dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)*. Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2023.
- Sholihah, Qomariyatus. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Malang: UB Press, 2020.
- Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010.

- Storey, J. *Cultural Studies Dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra, 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suja'i, Muhamad Nur Fani Abdullah Imam Sukwatus. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif." *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi dan Inovasi Ilmiah Pendidikan* . Volume 8, Nomor 2 (2022).
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta, 2002.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen-Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011.
- Susanti, Ari, dan Suryo Mulyo Saputro. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Konformitas Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stie Surakarta." *Jurnal Administrasi Bisnis Internasional (JAMBI)*. Volume 2, Nomor 01 (2020): 1–10.
- Susanto, Angga Sandy. "Membuat Segmentasi Berdasarkan Life style (Gaya Hidup)." *Jurnal JIBEKA*. Volume 7, Nomor 2 (2013): 1–6.
- Suyanto, Bagong. *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana Prenamadia Group, 2013.
- Syahrum dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Syarif, Dafiari, Rezki Agrisa Ditama, Muhammad Fauzi, Wiyan Mailindra, Mursal Mursal, dan Hendra Lardiman. "Pengaruh Konsumsi Islami Keluarga Muslim Sejahtera Terhadap Perilaku Konsumsi Sederhana Dengan Teori Yusuf Al-Qaradhawi (Studi Kasus Desa Koto Iman Kabupaten Kerinci)." *Jurnal Ekonomika*. Volume 14, Nomor 01 (2022): 245–64.
- TafsirWeb, "Surat al-Insyirah Ayat 5-6 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir" diakses tanggal 10 April 2024, <https://tafsirweb.com/37702-surat-al-insyirah-ayat-5-6.html>
- TafsirWeb, "Surat Al-Isra Ayat 27 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir" diakses tanggal 10 April 2024, <https://tafsirweb.com/4631-surat-al-isra-ayat-27.html>
- Wulandari, Anindita Desi. *Aplikasi Statistik Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Falecha, 2016.
- Yahya, Riki, Isnaini Harahap, dan Zuhri M. Nawawi. "Analisis Pengaruh Tingkat

Religiusitas, Tingkat Pendapatan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Kota Medan.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Volume 8, Nomor 03 (2022).

Yunita, Irma, Fauzi Arif Lubis, dan Nuri Aslami. “Pengaruh Media Sosial , Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif ( Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara ).” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)* . Volume 3, Nomor 2 (2023): 332–41.

