

**Pengaruh Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif
Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah
Lhoksukon**

Muhammad Yunus

STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon

Email: Yunusmuhammad334@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of religiosity and lifestyle on the consumptive behavior of students in the Sharia Economic Law program at STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon, North Aceh. Out of 192 students in the Sharia Economic Law program, 127 were selected as the research sample using proportional stratified random sampling. The results showed that lifestyle has a positive effect on students' consumptive behavior, meaning that the higher the level of lifestyle, the higher the students' consumptive behavior. Meanwhile, religiosity was found to have a negative effect on students' consumptive behavior, indicating that the higher the level of religiosity, the lower the students' consumptive behavior. The study reveals that religiosity and lifestyle explain 19.8% of the variation in students' consumptive behavior, while the remaining 80.2% is explained by other variables not explored in this study. These findings suggest that in order to properly manage consumption, students must control their lifestyle and increase their level of religiosity to avoid consumptive habits.

Keywords: Religiosity, Lifestyle, Consumptive Behavior.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah di STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon, Aceh Utara. Dari 192 mahasiswa di Prodi Hukum Ekonomi Syariah, 127 mahasiswa dipilih sebagai sampel penelitian menggunakan teknik random stratified sampling proportional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif pada perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi tingkat gaya hidup, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, religiusitas ditemukan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa, maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini mengemukakan bahwa religiusitas dan gaya hidup menjelaskan variasi dalam perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 19,8%, sedangkan sisanya 80,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dieksplorasi dalam penelitian ini.

Temuan ini menunjukkan bahwa untuk mengelola konsumsi dengan benar, mahasiswa harus mengendalikan gaya hidup mereka dan meningkatkan tingkat religiusitas sehingga jauh dari kebiasaan konsumtif.

Kata Kunci: *Religiusitas, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif.*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih membuat gejala sosial yang dapat mempengaruhi tingkah laku dan penerapan gaya hidup yang meningkat dalam kehidupan sehari-hari. Dimana dampak globalisasi ini semakin terasa setelah munculnya pusat-pusat perbelanjaan dan berbagai macam barang dan jasa yang tersedia.

Masyarakat Indonesia tumbuh beriringan dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan. Budaya konsumtif kontemporer yang bercirikan dengan adanya peningkatan gaya hidup yang menekankan kalau penampilan diri justru telah mengalami estetisasi dalam realitas kehidupan sehari-hari, dengan menjadikan penampilan sebagai representasi mutlak yang senantiasa akan menjadi sebuah proyeksi dari peningkatan gaya hidup.

Konsumsi tentu tidak dapat dipisahkan dengan peranan ketaatan terhadap agama sebagai tolak ukur cara pandang kehidupan dunia yang cenderung mempengaruhi gaya hidup, perilaku, dan selera. Dalam Islam perilaku konsumtif diartikan dengan israf yang artinya berlebihan. Jika seorang muslim menjalankan religiusitas agama dengan baik, dia akan menghindari perilaku israf karena perilaku israf merupakan sikap boros yang dengan sadar dilakukan hanya untuk memenuhi tuntutan nafsu belaka.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan dengan pengaruh faktor lingkungan seperti gaya hidup, trend, dan mode yang sedang berlaku. Bagi kebanyakan mahasiswa, mode dan penampilan merupakan hal penting yang perlu mendapatkan perhatian khusus. Untuk memenuhi pengaruh faktor lingkungan tersebut, seorang mahasiswa akan mengorbankan sejumlah uang untuk memenuhi keinginannya. Apabila hal tersebut terus menerus dilakukan maka akan mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif atau tindakan pemborosan yang berujung pada tidak terkontrolnya keuangan dan merugikan diri sendiri.

Kenyataan yang banyak dijumpai saat ini adalah kecenderungan mahasiswa yang merupakan remaja tingkat akhir meniru gaya hidup konsumtif yang serba up to date. Gaya hidup mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang usianya sama yang menjadi

model utama. Mahasiswa ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga mengikuti trend yang saat ini sedang menjadi sorotan.

STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon merupakan lembaga pendidikan berbasis Islam yang secara masif menanamkan nilai-nilai religiusitas dalam berperilaku dengan tujuan menanamkan kontrol diri dalam hal keduniawian, lingkungan kampus yang berbasis Islam seharusnya terhindar dari perilaku yang terkontradiksi dengan kaidah agama salah satunya perilaku konsumtif.

Aceh sebagai daerah yang terkenal sebagai Serambi Mekkah, memiliki pengamalan syariat Islam yang lebih kental apabila dibandingkan dengan daerah-daerah lainnya. Berdasarkan keistimewaan ini, masyarakat Aceh secara sosial memiliki kewenangan untuk menegakkan nilai-nilai keagamaan secara komperhensif.

Disini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti masalah yang ada pada mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon yaitu berkaitan dengan pola konsumtif mahasiswa pada umumnya yang memiliki kegemaran menggunakan barang bermerek (baju, tas, sepatu, jam tangan, kosmetik, dan gadget) saat berada di kampus. Hal ini mereka lakukan bukan karena kebutuhan sebagai mahasiswa tetapi ingin terlihat eksis, percaya diri dengan penampilan, dan berusaha mengikuti trend agar selaras dengan lingkungan sosial.

Penelitian yang dilakukan Rocca (2018) menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki religiusitas yang tinggi lebih berkomitmen dengan ajaran agamanya sehingga relatif memiliki keinginan yang rendah untuk mengikuti gaya hidup yang hanya mementingkan kesenangan. Berdasarkan pernyataan tersebut terlihat jelas bagaimana religiusitas menjadi salah satu aspek yang dapat menurunkan tingkat gaya hidup. Sedangkan penelitian yang dilakukan Ardilla dan Risana (2016) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara religiusitas dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa Unsyiah. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi religiusitas mahasiswa maka akan semakin rendah pula gaya hidup hedonismenya. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah religiusitas mahasiswa maka semakin tinggi pula gaya hidup hedonismenya.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan permasalahan sebagai berikut : (1) Apakah religiusitas mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?; (2) Apakah gaya hidup mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?; (3) Apakah religiusitas dan gaya hidup mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?

Review Literatur Religiusitas

Religiusitas adalah keberagamaan, yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada agama. Religiugisitas diartikan sebagai seberapa jauh

pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.

Religius merupakan suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama dan bukan sekedar mengaku punya agama. Yang meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, pengalaman ritual agama, perilaku (moralitas agama), dan sikap sosial keagamaan. Dalam Islam religiusitas dari garis besarnya tercermin dalam pengamalan aqidah, syariah, dan akhlak, atau dalam ungkapan lain: Iman, Islam, dan Ihsan. Bila semua unsur itu telah dimiliki seseorang maka disebut sebagai insan beragama yang sesungguhnya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan suatu bentuk hubungan manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang sudah terinternalisasi dalam diri seseorang dan tercermin melalui sikap dan perilakunya sehari-hari.

Gaya Hidup (lifestyle)

Gaya hidup menurut Mowen dan Minor, 2020 dalam (Tatik Suryani, 2008:73) adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka memanfaatkan waktunya. John Plummer dalam Engel mengatakan bahwa gaya hidup mengukur aktivitas manusia dalam banyak hal, bagaimana mereka menghabiskan waktunya, minat mereka terhadap apa yang dianggap penting, pandangan-pandangan baik terhadap diri sendiri maupun orang lain dan karakter dasar yang pernah dilalui dalam kehidupan (life cycle), penghasilan, pendidikan, dan dimana mereka tinggal.

Bentuk-bentuk Gaya Hidup

Bentuk-bentuk gaya hidup menurut Chaney (dalam jurnal Dauzan Deriyansyah dan Anita Damayantie, 2013:187) ada beberapa bentuk gaya hidup antara lain:

1. Industri gaya hidup

Dalam abad ini, penampilan diri itu justru mengalami estetisasi, “estetisasi kehidupan sehari-hari” dan bahkan diri sendiri pun justru mengalami estetisasi tubuh. “Kamu bergaya maka kamu ada!” adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kegandrungan manusia modern akan gaya hidup. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

2. Iklan gaya hidup

Dalam masyarakat berkembang seperti Indonesia, sebagian besar masyarakat terobsesi dengan citra. Di era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra dan budaya cita rasa adalah

gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan yang merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kita buat.

3. Public relations dan Journalisme gaya hidup

Pemikiran masyarakat dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis selebriti, seolah membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran. Generasi baru seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti seperti cara mereka berselancar di dunia maya, cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan-jalan. Ini menunjukkan bahwa selebriti dan citra mereka digunakan sebagai momen untuk membantu konsumen dalam pencarian identitas.

4. Gaya hidup mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi, bertanggung jawab melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

5. Gaya hidup hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, mengejar kenikmatan duniawi dan hidup hanya untuk mencari kepuasan duniawi. Misalnya senang membeli barang mahal yang disenanginya dengan boros, berperilaku cenderung memaksakan diri dan memanipulasi keadaan agar menjadi pusat perhatian, dan sebagainya.

Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Amiruddin menjelaskan bahwa dalam analisis konsumsi Islam, perilaku konsumsi seseorang tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani saja tetapi juga meliputi kebutuhan rohani. Seorang muslim haruslah senantiasa memperhatikan perilaku konsumtif dalam syariat Islam. Dalam Islam, pedoman hidup tidaklah harus mementingkan standar kepuasan dari perilaku konsumtif, tetapi lebih mementingkan aspek normatif, dimana kepuasan dari perilaku konsumtif menurut ajaran Islam harus berlandaskan pada ajaran Islam. Dalam Islam, prinsip perilaku konsumsi yang memberikan kepuasan terhadap konsumen

adalah barang yang akan dikonsumsi haruslah halal, suci, dan tidak mengikuti hawa nafsu dalam segala tindakan konsumsinya.

Menurut Ancok, perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi daripada faktor rasionalnya, atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Manusia tidak lagi membeli barang hanya semata-mata untuk membeli dan mencoba produk, walau sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan produk tersebut.

Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Pola perilaku konsumtif yang dimaksud disini yakni pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata. Perilaku konsumtif dapat menimbulkan dampak negatif, terutama pada generasi milenial seperti adanya kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung, dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial dapat terjadi ketika mereka melihat orang disekitarnya memiliki kemampuan lebih dalam membeli sesuatu, sedangkan dirinya tidak dapat mengikuti gaya hidup tersebut karena terdapat faktor lain. Orang yang memiliki kecemburuan sosial pada akhirnya tidak dapat mengikuti pola kehidupan yang mewah, sehingga secara tidak langsung dapat memberikan penyakit ekonomi, sosial, psikologi, dan memungkinkan timbulnya kriminalitas.

Perilaku konsumsi yang berlebihan seperti yang dipaparkan diatas tidak diperbolehkan dalam Islam. Kecenderungan manusia pada pola hidup konsumtif diluar kebutuhan pokok, dijelaskan dalam QS. Al-A'raf (7) : 31, yaitu :

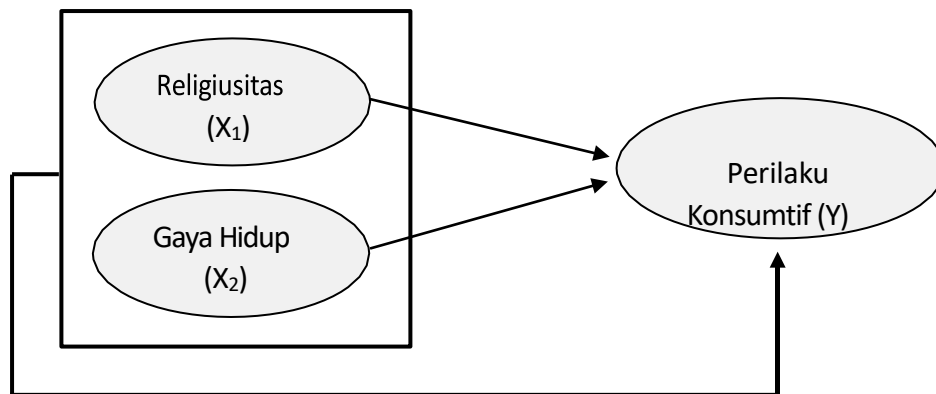
﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

Artinya : “Wahai anak cucu Adam ! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa janganlah melebihi batas yang diperlukan oleh tubuh dan jangan pula melebihi batas terhadap segala macam makanan yang diharamkan. Sehingga konsumsi Islam harus berorientasi pada maslahat yakni bermanfaat baik secara material, fisik, intelektual, lingkungan, dan tentunya jangka panjang.

Kajian literatur di atas menjadi dasar untuk menyusun kerangka konseptual penelitian. Kerangka konseptual dalam penelitian ini terlihat pada gambar di bawah.

Gambar 1
Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional, dimana populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara probability sampling yaitu teknik random stratified sampling proportional. Adapun teknik ini digunakan pada suatu populasi yang terbagi atas beberapa subkelompok dan dari masing-masing subkelompok diambil sampel-sampel terpisah. Jumlah seluruh mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah adalah sebanyak 192 orang. Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan pedoman tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% dan tingkat kepercayaan 95%. Menurut tabel ukuran sampel Isaac dan Michael jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 127 orang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan google form yang langsung ditujukan kepada objek penelitian yaitu mahasiswa prodi hukum ekonomi syariah di STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon. Sedangkan analisis dalam penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda yaitu analisis untuk lebih dari satu variabel independen. Teknik analisis regresi linier berganda dipilih karena dapat menyimpulkan secara langsung mengenai pengaruh masing-masing dari kedua variabel independen (variabel bebas) yang digunakan secara parsial maupun secara simultan.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dan nilai r tabel. Jika

r hitung lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan dinyatakan valid. Berdasarkan r tabel statistika nilai r tabel untuk penelitian ini adalah 0,159.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X₁)

		Correlations										
		Item Jawaban A	Item Jawaban B	Item Jawaban C	Item Jawaban D	Item Jawaban E	Item Jawaban F	Item Jawaban G	Item Jawaban H	Item Jawaban I	Item Jawaban J	Total Jawaban
Item Jawaban A	Pearson Correlation	1	.187	-.108	-.223*	.476**	-.933	-.876	.025	-.048	.463	.436
	Sig. (2-tailed)		.035	.262	.018	.000	.045	.043	.982	.608	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban B	Pearson Correlation	.187	1	-.111	-.035	.176*	.891	-.826	.373**	-.069	.279**	.471**
	Sig. (2-tailed)	.035		.214	.735	.048	.000	.000	.000	.367	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban C	Pearson Correlation	-.108	-.111	1	.118	.028	.882	-.726**	-.579**	.843**	-.128	.396**
	Sig. (2-tailed)	.262	.214		.161	.913	.000	.000	.044	.000	.113	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban D	Pearson Correlation	-.223*	-.035	.118	1	-.188	.846**	-.804**	.006	.023	-.166*	.204**
	Sig. (2-tailed)	.018	.735	.161		.044	.000	.000	.979	.906	.034	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban E	Pearson Correlation	.476**	.176*	.028	-.188	1	-.879	-.826	.006	-.103	.832**	.552**
	Sig. (2-tailed)	.000	.048	.913	.044		.000	.000	.999	.353	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban F	Pearson Correlation	-.933	.891	.000	.846**	-.879	1	-.895	.143	.058	-.067	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.999	.000	.000		.000	.116	.559	.528	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban G	Pearson Correlation	-.876	-.035	.134*	-.064	.828	-.895	1	-.000	.333**	-.133	.376**
	Sig. (2-tailed)	.000	.735	.000	.475	.000	.000		.999	.000	.137	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban H	Pearson Correlation	.025	.373**	-.176*	.006	.846**	-.895	-.905	1	-.348**	.000	.259**
	Sig. (2-tailed)	.982	.000	.044	.906	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban I	Pearson Correlation	-.048	-.069	.846**	.027	-.182	.859	.283**	-.248**	1	-.124	.284**
	Sig. (2-tailed)	.608	.367	.000	.762	.052	.000	.000	.000		.199	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban J	Pearson Correlation	.463	.279**	-.128	-.166*	.832**	-.857	-.133	.335	-.124	1	.490**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.113	.034	.000	.000	.137	.000	.168		.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Total Jawaban	Pearson Correlation	.406**	.471**	.384**	.291**	.922**	.396**	.376**	.298**	.284**	.440**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam instrumen dinyatakan valid, sehingga butir-butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mengukur tingkat religiusitas mahasiswa.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X₂)

		Correlations										
		Item Jawaban A	Item Jawaban B	Item Jawaban C	Item Jawaban D	Item Jawaban E	Item Jawaban F	Item Jawaban G	Item Jawaban H	Item Jawaban I	Item Jawaban J	Total Jawaban
Item Jawaban A	Pearson Correlation	1	.218	.319	.003	.409**	-.048	-.144*	.072	-.100	.412*	.469**
	Sig. (2-tailed)		.014	.000	.989	.000	.391	.208	.608	.328	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban B	Pearson Correlation	.218	1	-.133	.113	.122	.116	-.063	.138	-.162*	.100	.391**
	Sig. (2-tailed)	.014		.208	.171	.194	.188	.438	.138	.039	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban C	Pearson Correlation	.319	-.133	1	-.858	-.841	.016	.378**	-.115	.388**	-.878	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.208		.000	.000	.886	.000	.218	.000	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban D	Pearson Correlation	-.003	.113	-.858	1	-.034	.878**	-.177*	.084	.008	-.882	.396**
	Sig. (2-tailed)	.989	.171	.000		.702	.000	.044	.388	.618	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban E	Pearson Correlation	.409**	.122	.841	-.034	1	.912	-.182*	.078	-.128	.895**	.609**
	Sig. (2-tailed)	.000	.171	.000	.702		.000	.038	.438	.182	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban F	Pearson Correlation	-.048	-.063	.016	.878**	.912	1	-.112	.019	.037	-.189	.389**
	Sig. (2-tailed)	.608	.438	.886	.000	.000		.211	.847	.818	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban G	Pearson Correlation	-.144*	-.063	.378**	-.177*	-.182*	-.112	1	-.168	.388**	-.122	.218*
	Sig. (2-tailed)	.039	.438	.000	.044	.000	.211		.039	.000	.178	.010
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban H	Pearson Correlation	.072	.138	-.115	.388**	-.177*	.084	-.168	1	-.282*	.278	.188
	Sig. (2-tailed)	.608	.039	.367	.000	.044	.388	.000		.000	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban I	Pearson Correlation	-.100	-.162*	.841	-.034	.832**	-.857	.335	-.248**	1	-.171	.228**
	Sig. (2-tailed)	.328	.034	.000	.702	.000	.000	.000	.000		.113	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban J	Pearson Correlation	.412*	.391**	-.878	.582**	.609**	-.882	.396**	.609**	-.882	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Total Jawaban	Pearson Correlation	.328	.391**	.382**	.292**	.895**	.396**	.376**	.298**	.284**	.440**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam instrumen dinyatakan valid, sehingga butir-butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mengukur tingkat gaya hidup mahasiswa.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

		Correlations										
		Item Jawaban A	Item Jawaban B	Item Jawaban C	Item Jawaban D	Item Jawaban E	Item Jawaban F	Item Jawaban G	Item Jawaban H	Item Jawaban I	Item Jawaban J	Total Jawaban
Item Jawaban A	Pearson Correlation	1	.556	-.379	-.005	.536*	-.296*	-.164	.033	-.028	.470*	.518*
	Sig. (2-tailed)		.075	.375	.950	.000	.070	.065	.711	.828	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban B	Pearson Correlation	.556	1	-.136	.136	-.082	-.162	-.089	.489*	-.134	-.383	.289*
	Sig. (2-tailed)	.075		.330	.089	.301	.089	.289	.000	.117	.000	.001
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban C	Pearson Correlation	-.379	-.136	1	-.220	-.260	-.020	.588*	-.174	.492*	-.088	.241**
	Sig. (2-tailed)	.075	.330		.172	.108	.862	.000	.083	.000	.448	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban D	Pearson Correlation	-.005	.136	-.220	1	-.027	.274*	-.067	-.188	.093	-.077	.390*
	Sig. (2-tailed)	.950	.089	.773		.791	.003	.403	.061	.086	.888	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban E	Pearson Correlation	.536*	-.082	-.260	-.027	1	-.027	-.127	-.086	.841*	.048*	.668*
	Sig. (2-tailed)	.000	.381	.089	.781		.762	.188	.018	.000	.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban F	Pearson Correlation	-.296*	-.162	-.020	.274*	-.027	1	-.112	-.029	.084	.000	.219*
	Sig. (2-tailed)	.078	.088	.892	.002	.762		.268	.733	.688	.374	.017
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban G	Pearson Correlation	-.164	-.089	-.020	-.067	-.127	-.112	1	-.147	.343*	-.143	.238*
	Sig. (2-tailed)	.085	.288	.930	.493	.155	.288		.088	.000	.089	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban H	Pearson Correlation	.033	.489*	-.134	.136	-.082	-.162	-.089	1	-.210*	.388	.382*
	Sig. (2-tailed)	.711	.000	.329	.089	.310	.089	.210		.018	.000	.001
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban I	Pearson Correlation	-.028	-.134	.089	-.027	-.027	-.112	-.029	-.147	1	.088	.820*
	Sig. (2-tailed)	.828	.088	.300	.550	.300	.014	.343*	.210*		.000	.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Item Jawaban J	Pearson Correlation	.470*	-.383	-.088	-.077	.390*	-.077	.084	-.143	.088	1	.842*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.448	.390	.000	.314	.108	.088	.448		.000
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Total Jawaban	Pearson Correlation	.518*	.289*	.241**	.390*	.668*	.314*	.373*	.242*	.425*	.842*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.017	.000	.000	.000	.000	
	N	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam instrumen dinyatakan valid. Dari hasil uji validitas di atas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa nilai r hitung > dari nilai r tabel, sehingga dapat dikatakan semua butir pernyataan yang berhubungan dengan religiusitas, gaya hidup, dan perilaku konsumtif adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60, maka kuesioner dapat dikatakan reliabel dan sebaliknya jika Cronbach's Alpha < 0,60, maka kuesioner dalam penelitian ini tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.725	10

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.711	10

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.688	10

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel religiusitas, gaya hidup, dan perilaku konsumtif lebih besar dari 0,6 hal ini berarti semua instrumen variabel sudah reliabel dan bisa digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

Uji Regresi Linier Berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih dari variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent).

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		127
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81511058
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.059
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.085
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

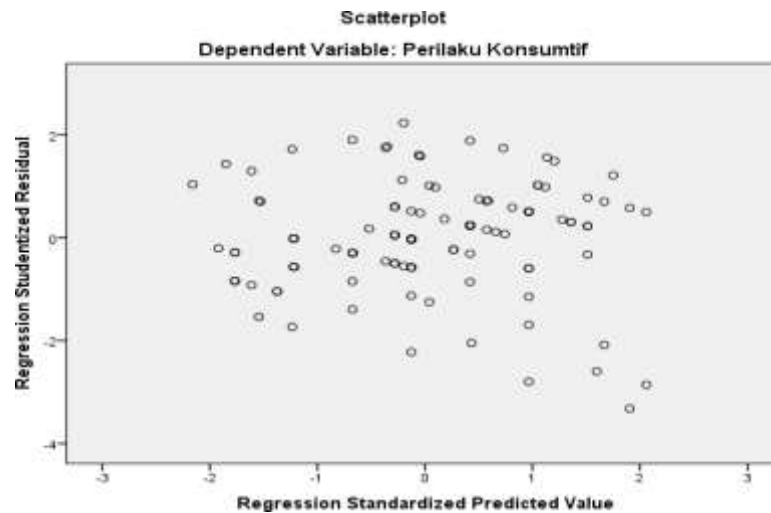
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa nilai signifikansi Exact. Sig. (2-tailed) sebesar 0,085 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari grafik scatterplots di atas dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi perilaku konsumtif berdasarkan masukan variabel independent religiusitas dan gaya hidup. Dari hasil uji normalitas data yang telah dilakukan maka diketahui bahwa data yang digunakan dalam persamaan regresi terdistribusi secara normal, tidak terdapat multikolinearitas, dan bebas heteroskedastisitas sehingga memenuhi persyaratan untuk melakukan analisis regresi berganda dengan baik.

Tabel 8
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.527	3.695		5.285	.000
	Religiusitas	.145	.088	.148	1.650	.101
	Gaya Hidup	.369	.089	.372	4.151	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari tabel 8 di atas diketahui bahwa variabel bebas religiusitas memiliki nilai t hitung sebesar 1,650 sedangkan nilai t tabel dengan tingkat keyakinan 95% adalah 1,960 (t hitung $<$ t tabel) maka H_0 diterima (H_a ditolak) artinya religiusitas berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha=0,05$). Sedangkan hasil pengujian signifikansi pada variabel gaya hidup memiliki t hitung sebesar 4,151 $>$ t tabel 1,960 maka H_0 ditolak (H_a diterima), dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Artinya gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada tingkat keyakinan 95 % ($\alpha = 0,05$).

Tabel 9 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	111.066	2	55.533	16.588	.000 ^b
	Residual	415.123	124	3.348		
	Total	526.189	126			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Religiusitas

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari tabel anova menunjukkan nilai probabilitas (sig) $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi tidak dapat dianggap nol atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara variabel religiusitas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Tabel 10
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.459 ^a	.211	.198	1.830	.211	16.588	2	124	.000	1.793

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Religiusitas

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Hasil pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka diketahui koefisien determinasi (R²) diperoleh nilai sebesar 0,198. Hal ini berarti 19,8% perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel religiusitas dan gaya

hidup, dengan kata lain bahwa variabel independent memberi pengaruh bersama sekitar 19,8% terhadap variabel dependent. Sedangkan sisanya adalah $(100\% - 19,8\% = 80,2\%)$ perilaku konsumtif dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau sebab-sebab yang lain diluar model.

PEMBAHASAN

Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 1,650 dan t tabel sebesar 1,960 ($t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$) artinya variabel religiusitas mempunyai pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syed Syah Alam (2011), yang menyatakan bahwa agama memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.

Hasil penelitian yang sama juga diungkapkan oleh Arief Rahmat, dkk. (2020) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Bukittinggi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat konsumsi mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah di Lhoksukon, Aceh Utara masih tergolong rasional dan tidak berlebihan. Salah satu penyebab rasionalnya konsumsi seorang muslim adalah tingkat religiusitas, sehingga konsumsinya tidak berlebihan.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,151 dan t tabel sebesar 1,960 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) artinya variabel gaya hidup mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon. Hal ini sejalan dengan penelitian Rafidah, dkk. (2022) dan Risa (2018) yang menyatakan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup terus mengalami perkembangan, disebabkan banyak mahasiswa yang memiliki uang saku yang terbilang cukup banyak karena kedua orang tuanya bekerja. Gaya hidup terus berevolusi karena para konsumen dapat memilih dari sejumlah produk dan jasa yang terus bertambah dan sebagian besar mempunyai uang untuk melakukan pembelian yang lebih banyak.

PENUTUP

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

Terdapat pengaruh positif antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi tingkat gaya hidup mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah maka perilaku konsumtifnya juga semakin tinggi, dan sebaliknya semakin rendah gaya hidup maka perilaku konsumtif juga semakin rendah. Sedangkan pada variabel religiusitas terdapat pengaruh negatif dengan perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi religiusitas mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah maka semakin rendah perilaku konsumtifnya, dan sebaliknya semakin rendah religiusitas maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi.

Religiusitas dan gaya hidup secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 16,588 dan nilai sig sebesar 0,000. Variabel independent memberi pengaruh bersama sekitar 19,8% terhadap variabel dependent.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, C. T. (2021). Skripsi Pengaruh Hedonisme, Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap
- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509>
- Asisi, I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107-118.
- Cahyanti, S. (2021). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Bidikmisi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. Tesis.
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 82-98.
- Hedonisme: Sebuah Gambaran Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 59. <https://doi.org/10.24014/jp.v12i2.3230>
- Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Univeritas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).
- Mega Adyna Movitaria et al., *Metodologi Penelitian*, Pasaman Barat: CV. Afasa Pustaka, 2024.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1-8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Rafidah, R., Alawiyah, R., & Muliyan, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan
- Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Risa, A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi PJKR UPGRIS. *FIPSKR Universitas PGRI Semarang*, 1985, 352-359. <http://prosiding.upgris.ac.id/index.php/SNKIII/SNK2018/paper/view/2924>
- Saputri, A., & Rachmatan, R. (2017). Religiusitas Dengan Gaya Hidup

- Siregar, Syofian. (2015). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta.
- Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. Jurnal Economina, 1 (1), 49 62.
<https://doi.org/10.55681/economina.v1i1.25>