

**SKRIPSI**

**PENGARUH GAYA HIDUP, PENDAPATAN, DAN  
KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMSI  
IRASIONAL MASYARAKAT DI KECAMATAN PANCA  
RIJANG KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**



**OLEH**

**NURHALIFA JAMALUDDIN  
NIM. 2020203860202017**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2024**

**PENGARUH GAYA HIDUP, PENDAPATAN, DAN  
KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMSI  
IRASIONAL MASYARAKAT DI KECAMATAN PANCA  
RIJANG KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**



**OLEH**

**NURHALIFA JAMALUDDIN  
NIM. 2020203860202017**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2024**

### PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang

Nama Mahasiswa : Nurhalifa Jamaluddin

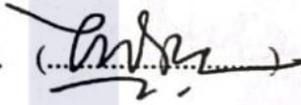
Nomor Induk Mahasiswa : 2020203860202017

Program Studi : Ekonomi Syariah

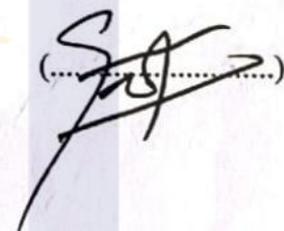
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Nomor: B.5288/In.39/FEBI.04/PP.00.9/09/2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. 

NIP : 19781101 200912 1 003

Pembimbing Pendamping : Sulkarnain, S.E., M.Si. 

NIP : 19880510 201903 1 005

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP. 19710208 200112 2 002

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang

Nama Mahasiswa : Nurhalifa Jamaluddin

Nomor Induk Mahasiswa : 2020203860202017

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor: B.5288/In.39/FEBI.04/PP.00.9/09/2023

Tanggal Kelulusan : 30 Juli 2024

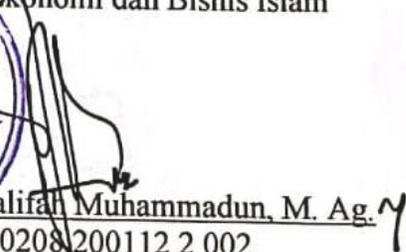
Disahkan Oleh Komisi Penguji

|                                      |              |   |
|--------------------------------------|--------------|---|
| Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I.     | (Ketua)      |  |
| Sulkarnain, S.E., M.Si.              | (Sekretaris) |  |
| Dr. Hj. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. | (Anggota)    |  |
| Dr. Emily Nur Saidy, M.E.            | (Anggota)    |  |

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



  
Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag.  
NIP. 197102082001122002

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada seluruh keluarga besar khususnya pintu surgaku, Ibunda Hasni Saini dan Ayahanda Jamaluddin (Alm). cinta pertamaku. Ibunda yang senantiasa memberi nasehat, semangat, doa serta dukungan penuh bagi penulis, hingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. dan Bapak Sulkarnain, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I dan pembimbing II, atas segala dedikasi, ilmu, serta bimbingan yang diberikan, penulis haturkan terima kasih. Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M. Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa/i.
3. Ibu Umaima, S. Sy., M. EI. selaku ketua prodi Ekonomi Syariah.

4. Bapak H. Jumaedi, LC, MA. sebagai dosen penasehat akademik.
5. Bapak dan Ibu dosen program studi Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Bapak dan Ibu staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani perkuliahan di IAIN Parepare.
8. Kakak-kakak Saya Kak Nurfadillah, Nurqadri, Nurlaelah, dan Rudy Prakasa.
9. Sahabat-sahabat Saya Nurlia Fitri, Sofia Damayanti, Asnita, Mahar Wisesa, Nurul Amirah, dan Ainun Rahim. Terima kasih telah menjadi *support system* penulis.
10. Sahabat-sahabat saya di bangku perkuliahan Isfadifa, Putri Munika, Sylvia, Sri Herany, Ulfah Hakimah, dan Nursyamsi. Sahabat seperjuangan Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2020. Teman-teman KKN Posko 14 di Desa Karrang.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT berkenan menilai segala kebijakan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenaan memberikan saran konstuktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 3 Juli 2024  
27 Dzulhijjah 1445 H

Penulis,



Nurhalifa Jamaluddin  
NIM. 2020203860202017

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurhalifa Jamaluddin  
NIM : 2020203860202017  
Tempat/Tgl. Lahir : Rappang, 17 April 2002  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas  
Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat  
Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng  
Rappang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh kerennanya batal demi hukum.

Parepare, 3 Juli 2024  
27 Dzulhijjah 1445 H

Penulis,



Nurhalifa Jamauddin  
NIM. 2020203860202017

## ABSTRAK

NURHALIFA JAMALUDDIN, *Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang* (Dibimbing oleh Andi Bahri S. dan Sulkarnain)

Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas merupakan faktor-faktor yang diyakini dapat mempengaruhi perilaku konsumsi irasional masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang baik secara parsial maupun secara simultan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas sebagai variabel independen, dan Perilaku Konsumsi Irasional sebagai variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif serta jenis penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu angket atau kuesioner yang disebar kepada masyarakat yang tinggal di Kecamatan Panca Rijang. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Dengan pengolahan data primer menggunakan teknik analisis *Statistical Package For Social Science* (SPSS) versi 25.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : Pertama, berdasarkan hasil uji hipotesis untuk uji t (Parsial) menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel X1, X2, dan X3  $< 0,05$  dan diperoleh nilai t hitung  $>$  nilai t tabel sehingga dinyatakan terdapat pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y. Kedua, uji hipotesis untuk uji F (Simultan) menunjukkan nilai signifikansi variabel Y  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $59,390 >$  nilai F tabel  $2,701$  sehingga dinyatakan terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara bersama-sama (simultan). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yakni terdapat pengaruh variabel Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

**Kata Kunci** : Gaya Hidup, Pendapatan, Konformitas, Perilaku Konsumsi Irasional

## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL.....                        | i       |
| PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....       | ii      |
| PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....            | iii     |
| KATA PENGANTAR .....                      | iv      |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....          | vi      |
| ABSTRAK .....                             | vii     |
| DAFTAR ISI.....                           | viii    |
| DAFTAR TABEL.....                         | x       |
| DAFTAR GAMBAR .....                       | xii     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                      | xiii    |
| PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN ..... | xiv     |
| 1. Transliterasi.....                     | xiv     |
| 2. Singkatan.....                         | xxi     |
| BAB I.....                                | 1       |
| PENDAHULUAN .....                         | 1       |
| A. Latar Belakang Masalah .....           | 1       |
| B. Rumusan Masalah.....                   | 8       |
| C. Tujuan Penelitian .....                | 9       |
| D. Kegunaan Penelitian.....               | 9       |
| BAB II.....                               | 11      |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                    | 11      |
| A. Tinjauan Penelitian Relevan.....       | 11      |
| B. Tinjauan Teori .....                   | 17      |
| C. Kerangka Konseptual .....              | 41      |
| D. Hipotesis .....                        | 43      |
| BAB III.....                              | 45      |

|  |       |
|--|-------|
| METODE PENELITIAN.....                         | 45    |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....        | 45    |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....           | 45    |
| C. Populasi dan Sampel .....                   | 46    |
| D. Instrumen Penelitian.....                   | 48    |
| E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data..... | 49    |
| F. Jenis dan Sumber Data .....                 | 51    |
| G. Defenisi Operasional Variabel.....          | 53    |
| H. Teknik Analisis Data.....                   | 56    |
| BAB IV .....                                   | 65    |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....          | 65    |
| A. Deskripsi Hasil Penelitian.....             | 65    |
| B. Pengujian Persyaratan Analisis Data .....   | 75    |
| C. Uji Hipotesis.....                          | 90    |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian .....           | 96    |
| BAB V.....                                     | 111   |
| PENUTUP.....                                   | 111   |
| A. Simpulan .....                              | 111   |
| B. Saran.....                                  | 112   |
| DAFTAR PUSTAKA.....                            | I     |
| LAMPIRAN .....                                 | V     |
| BIODATA PENULIS .....                          | XXXVI |

## DAFTAR TABEL

| No. Tabel | Judul Tabel   | Halaman |
|-----------|---|---------|
| 3.1       | Skala Likert  | 48      |
| 3.2       | Definisi Operasional Variabel   | 54      |
| 3.3       | Skor Klasifikasi Uji One Sample T-test                                      | 60      |
| 3.4       | Interprestasi Koefesien Korelasi  | 61      |
| 4.1       | Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin                           | 65      |
| 4.2       | Karakteristik Responden berdasarkan Usia                                    | 65      |
| 4.3       | Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan                               | 66      |
| 4.4       | Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Gaya Hidup (X1)                 | 67      |
| 4.5       | Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Pendapatan (X2)                 | 68      |
| 4.6       | Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Konformitas (X3)                | 70      |
| 4.7       | Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Perilaku Konsumsi Irasional (Y) | 71      |
| 4.8       | Hasil Statistik Deskriptif  | 75      |
| 4.9       | Hasil Uji Validitas Variabel X  | 77      |
| 4.10      | Hasil Uji Validitas Variabel Y  | 77      |
| 4.11      | Hasil Uji Reliabilitas Variabel X   | 78      |
| 4.12      | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y   | 79      |
| 4.13      | Hasil Uji <i>Kolmogolov-Smirnov</i>   | 79      |
| 4.14      | Hasil Uji Multikolonieritas   | 81      |
| 4.15      | Skor Klasifikasi Uji One Sample T-test                                      | 84      |
| 4.16      | Hasil Uji One Sample T-test Gaya Hidup (X1)                                 | 84      |
| 4.17      | Hasil Uji One Sample T-test Pendapatan (X2)                                 | 85      |

|      |   |    |
|------|---|----|
| 4.18 | Hasil Uji One Sample T-test Konformitas (X3)                | 85 |
| 4.19 | Hasil Uji One Sample T-test Perilaku Irasional Konsumsi (Y) | 86 |
| 4.20 | Interprestasi Koefisien Korelasi                            | 87 |
| 4.21 | Hasil Uji Korelasi Person Product Moment                    | 87 |
| 4.22 | Hasil Uji Regresi Linear Berganda                           | 88 |
| 4.23 | Hasil Uji Regresi Linear Berganda                           | 89 |
| 4.24 | Hasil Uji Statistik Parsial (Uji t)                         | 91 |
| 4.25 | Hasil Uji Statistik Simultan (Uji F)                        | 94 |
| 4.26 | Tabel Hasil Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)               | 96 |



## DAFTAR GAMBAR

| No. Gambar | Judul Gambar                  | Halaman |
|------------|-------------------------------|---------|
| 2.1        | Bagan Kerangka Konseptual     | 42      |
| 4.1        | Hasil Uji Histogram           | 80      |
| 4.2        | Hasil Uji Grafik P-Plot       | 81      |
| 4.3        | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 82      |



## DAFTAR LAMPIRAN

| No.<br>Lampiran | Judul Lampiran   | Halaman |
|-----------------|--|---------|
| Lampiran 1      | Surat Keputusan Penetapan Pembimbing Skripsi   | VI      |
| Lampiran 2      | Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare                          | VII     |
| Lampiran 3      | Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidenreng Rappang | VII     |
| Lampiran 4      | Surat Keterangan Telah Meneliti dari Kantor Kecamatan Panca Rijang   | IX      |
| Lampiran 5      | Hasil Turnitin   | X       |
| Lampiran 6      | Pedoman Kuesioner  | XI      |
| Lampiran 7      | Data Responden   | XIV     |
| Lampiran 8      | Deskripsi Jawaban Responden  | XVII    |
| Lampiran 9      | Hasil SPSS   | XXV     |
| Lampiran 10     | Biodata Penulis  | XXXVI   |

## PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### 1. Transliterasi

#### a. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Nama                       |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا          | Alif | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan         |
| ب          | Ba   | B                  | Be                         |
| ت          | Ta   | T                  | Te                         |
| ث          | Ša   | Š                  | es (dengan titik di atas)  |
| ج          | Jim  | J                  | Je                         |
| ح          | Ha   | ḥ                  | ha (dengan titik di bawah) |
| خ          | Kha  | Kh                 | ka dan ha                  |
| د          | Dal  | D                  | De                         |
| ذ          | Žal  | Ž                  | zet (dengan titik di atas) |
| ر          | Ra   | R                  | Er                         |
| ز          | Zai  | Z                  | Zet                        |
| س          | Sin  | S                  | Es                         |
| ش          | Syin | Sy                 | es dan ye                  |
| ص          | Šad  | Š                  | es (dengan titik di bawah) |
| ض          | Dad  | ḍ                  | de (dengan titik di bawah) |

|    |        |   |                             |
|----|--------|---|-----------------------------|
| ط  | Ta     | t | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ  | Za     | z | zet (dengan titik di bawah) |
| ع  | 'ain   | ' | koma terbalik ke atas       |
| غ  | Gain   | G | Ge                          |
| ف  | Fa     | F | Ef                          |
| ق  | Qaf    | Q | Qi                          |
| ك  | Kaf    | K | Ka                          |
| ل  | Lam    | L | El                          |
| م  | Mim    | M | Em                          |
| ن  | Nun    | N | En                          |
| و  | Wau    | W | We                          |
| هـ | Ha     | H | Ha                          |
| ء  | Hamzah | ' | Apostrof                    |
| ي  | Ya     | Y | Ye                          |

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

#### b. Vokal

Vocal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong. Vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama          | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| آ     | <i>Fathah</i> | A           | A    |
| إ     | <i>Kasrah</i> | I           | I    |
| أ     | <i>Dammah</i> | U           | U    |

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama                  | Huruf Latin | Nama    |
|-------|-----------------------|-------------|---------|
| آي    | <i>fathahdanyá'</i>   | A           | a dan i |
| آو    | <i>fathah dan wau</i> | Au          | a dan u |

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *ḥaula*

### c. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harakat dan Huruf | Nama                          | Huruf dan Tanda | Nama                |
|-------------------|-------------------------------|-----------------|---------------------|
| آ   آي            | <i>fathahdan alif dan yá'</i> | Ā               | a dan garis di atas |
| إي                | <i>kasrahdan yá'</i>          | Î               | i dan garis di atas |
| أو                | <i>dammahdan wau</i>          | Û               | u dan garis di atas |

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

#### d. *Tā' Marbutah*

Transliterasi untuk *tā' marbutah* ada dua, yaitu:

1. *tā' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].
2. *tāmarbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tāmarbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tāmarbūtah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (*h*).

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

#### e. *Syaddah (Tasydid)*

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ـ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

|            |                   |
|------------|-------------------|
| رَبَّنَا   | : <i>Rabbanā</i>  |
| نَجَّيْنَا | : <i>Najjainā</i> |
| الْحَقُّ   | : <i>al-haqq</i>  |
| الْحُجُّ   | : <i>al-hajj</i>  |
| نُعَمُّ    | : <i>nu'ima</i>   |
| عُدُوْ     | : <i>'aduwwun</i> |

Jika huruf ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi (î).

Contoh:

|           |                                       |
|-----------|---------------------------------------|
| عَلِيٍّ   | : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)       |
| عَرَبِيٍّ | : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby) |

#### f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

|               |  |
|---------------|--|
| الشَّمْسُ     | : <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )    |
| الزَّلْزَلَةُ | : <i>al-zalzalâh</i> (bukan <i>az-zalzalâh</i> ) |

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

سَيِّئٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata Al-Qur'an (dari *Qur'an*), *Sunnah*, *alhamdulillah*, dan *munaqasyah*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian kosa kata Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fīzilāl al-qur'an*

*Al-Sunnah qabl al-tadwin*

*Al-ibārat bi 'umum al-laḥẓ lā bi khusus al-sabab*

i. *Lafz al-jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullah*

بِاللَّهِ : *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī rahmatillāh*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenal ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal

kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

*Wa mā Muhammadunillā rasūl*

*Inna awwalabaitinwudi'alinnās ilalladhī bi Bakkatamubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhūnzilafih al-Qur'an*

*Nasir al-Din al-Tusī*

*Abū Nasr al-Farabi*

*Al-Gazali*

*Al-Munqiz min al-Dalal*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)  
 Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

## 2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

swt. = *subḥānahū wa ta'āla*

saw. = *şhallallāhu 'alaihi wa sallam*

a.s. = *'alaihi al-sallām*

H = Hijriah

M = Masehi

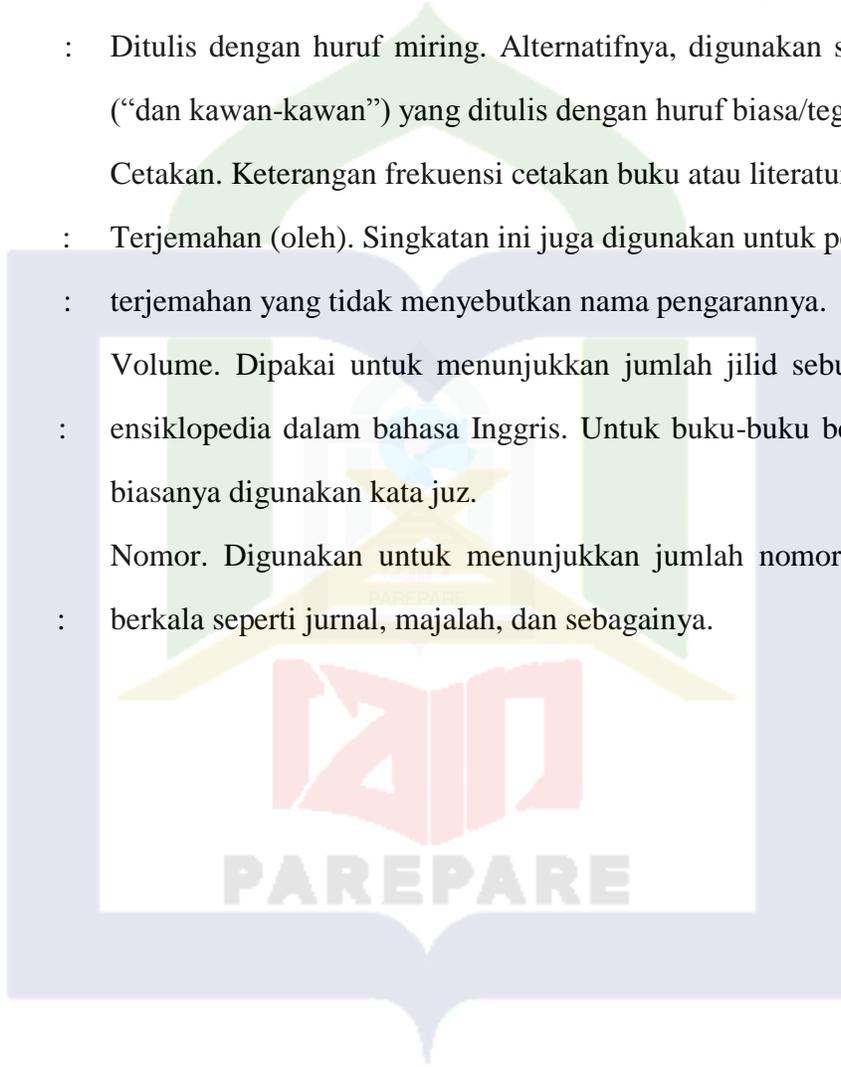
|                   |   |   |
|-------------------|---|---|
| SM                | = | Sebelum Masehi                                  |
| l.                | = | Lahir tahun (untuk tahun yang masih hidup saja) |
| w.                | = | Wafat tahun                                     |
| QS ..../:.....: 4 | = | QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/..., ayat 4 |
| HR                | = | Hadis Riwayat                                   |

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab.

|      |   |                    |
|------|---|--------------------|
| ص    | = | صفحة               |
| دو   | = | بدون مكان          |
| صهعى | = | صلى الله عليه وسلم |
| ط    | = | طبعة               |
| دن   | = | بدون ناشر          |
| الخ  | = | إلى آخرها/إلى آخره |
| خ    | = | جزء                |

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s). “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*).
- et al. : Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak. Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Cet. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya
- Terj. : terjemahan yang tidak menyebutkan nama pengarangnya.
- Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau
- Vol. : ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah
- No. : berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini disertai dengan peningkatan signifikan dalam tingkat konsumsi masyarakat. Pada awalnya konsumsi berfungsi untuk memenuhi kebutuhan, namun saat ini konsumsi telah kehilangan fungsinya. Masyarakat sekarang lebih sering melakukan konsumsi untuk memenuhi keinginan pribadi daripada kebutuhan sehari-hari. Lebih memprihatinkan lagi ketika masyarakat tersebut tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Gaya hidup yang berfokus pada kesenangan turut mendorong perilaku konsumsi yang berlebihan.<sup>1</sup>

Gaya hidup memiliki peranan dalam kehidupan masyarakat. Gaya hidup ini mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti cara berpakaian, pilihan kendaraan, alat komunikasi yang dipakai, hingga sekolah yang dipilih untuk anak-anak oleh orang tua, merupakan salah satu gaya hidup yang terlihat di era globalisasi saat ini. Menurut Hasibuan bahwa gaya hidup adalah sesuatu yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat karena tanpa disadari pergaulan, lingkungan, serta kebiasaan orang-orang di sekitar yang ada disekitar kita akan sangat mempengaruhi gaya hidup kita.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Sutriati, Sri Kartikowati, dan RM Riadi, "Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Riau," *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Keguruan Dan Ilmu Pendidikan* 5. 1 (2018): h. 3.

<sup>2</sup> Hasibuan, *Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*, (Skripsi Universitas Muhammadiyah Gresik, 2010), h. 17.

Gaya hidup berkaitan dengan pendapatan terhadap pemenuhan kebutuhan hidup. Pendapatan sangat memengaruhi bagaimana gaya hidup seseorang. Pendapatan dimaknai sebagai hasil uang atau keuntungan materi lainnya yang diperoleh dari penggunaan kekayaan atau jasa. Menurut Wiryohasmono bahwa pendapatan adalah keseluruhan penghasilan yang diterima dari suatu usaha atau kegiatan tertentu, sedangkan penerimaan adalah setiap hasil yang diperoleh dari suatu usaha atau kegiatan tertentu.<sup>3</sup>

Pendapatan memainkan peran penting dalam perekonomian dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui produksi barang dan jasa. Besarnya pendapatan tergantung pada jenis pekerjaan yang dilakukan. Perbedaan pendapatan menjadi faktor utama yang mempengaruhi tingkat konsumsi. Bahkan beberapa orang dengan pendapatan yang sama, konsumsinya dapat berbeda. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka besar pula pengeluarannya untuk konsumsi. Namun, seringkali terjadi bahwa masyarakat dengan pendapatan rendah tetap mengalami peningkatan konsumsi untuk barang-barang tertentu.<sup>4</sup>

Pemenuhan gaya hidup berbasis sosial biasanya terjadi karena adanya keinginan untuk diterima dan diakui. Adanya faktor keinginan untuk diterima dan diakui oleh kelompoknya sehingga mendorong seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif agar dapat menyesuaikan diri dengan kelompoknya sehingga mereka rentan terhadap konformitas. Konformitas merupakan suatu jenis pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan

---

<sup>3</sup> Wiryohasmono, *Konsep Pendapatan Rumah Tangga Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2014). h. 3.

<sup>4</sup> Tanti Dwi Hardiyanti, "Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan" (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019). h. 2.

perilaku agar dapat diterima oleh kelompoknya. Perubahan sikap seseorang untuk menyesuaikan pandangan, dengan tujuan menyesuaikan dengan norma-norma yang berlaku di kelompoknya tanpa ada pemikiran yang mandiri.

Perilaku konsumsi adalah tindakan yang terlibat langsung dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa. Perilaku konsumsi merupakan aktivitas harian individu atau rumah tangga dalam menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka sebagai makhluk biologis.<sup>5</sup> Kegiatan konsumsi dilakukan setiap hari dengan tujuan untuk mencapai kepuasan maksimal dan kesejahteraan dalam memenuhi berbagai kebutuhan, termasuk kebutuhan pokok, sekunder, tersier atau maupun kebutuhan jasmani dan rohani. Konsumsi tidak hanya sekadar memenuhi keinginan, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan individu secara keseluruhan.<sup>6</sup>

Perilaku konsumen dalam berbelanja dibedakan menjadi dua macam, yaitu perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen tidak rasional. Perilaku konsumen rasional adalah perilaku konsumen yang didasari atas pertimbangan rasional (nalar) dalam memutuskan untuk mengonsumsi suatu produk. Suatu pembelian dapat dikatakan rasional bila dasar pertimbangannya produk tersebut mampu memberikan kegunaan optimal (*optimum utility*) bagi konsumen.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Andi Bahri.S, “Etika Konsumsi Dalam Perspektif Islam,” *Hunafa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 2 (2014).

<sup>6</sup> Emily Nur Saidy, “Pengaruh Religiusitas Dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Rasional,” *AT TAWAZUN Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2022): h. 4.

<sup>7</sup> Juliani dan Efni Cerya, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang,” *Jurnal EcoGen*, 1(4), 2018, h. 848

Perilaku konsumsi tidak rasional (*irrational*) sendiri merupakan tindakan seseorang dalam berbelanja atau konsumsi sesuatu tanpa pertimbangan yang baik, lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Apabila perilaku konsumsi terus menerus terjadi, maka kondisi keuangan akan menjadi tidak terkontrol. Hal ini juga akan menyebabkan pemborosan dan penumpukan barang karena pembelian yang dilakukan secara berlebihan atau terus-menerus.<sup>8</sup>

Dalam era kehidupan modern, keinginan masyarakat untuk mengonsumsi sesuatu tampaknya tidak lagi terhubung dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Banyak orang melakukan perilaku konsumsi tidak rasional untuk mencapai kesenangan atau kebahagiaan, meskipun pada kenyataannya kebahagiaan yang mereka dapatkan hanya bersifat sementara. Menurut Agus, Lubis, dan Hadi, gaya hidup yang fokus pada kesenangan cenderung mendorong perilaku konsumtif yang dapat mengakibatkan tidak terpenuhinya kebutuhan utama atau pokok.<sup>9</sup>

Salah satu daerah dengan gambaran perilaku konsumsi yang cukup tinggi dilihat di daerah Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidrap. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Sidrap menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Panca Rijang sepanjang tahun 2023 adalah 32.433.<sup>10</sup> Permasalahan yang peneliti lihat di lapangan, yaitu perilaku

---

<sup>8</sup>Rika Wahyuni, Hadi Irfani, dan Isna Asyri Syahrina, "Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang," *Jurnal Benefita* 4, no. 3 (2019): h. 59.

<sup>9</sup> Agus Sujanto, Halem Lubis, dan Taufik Hadi, *Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 27

<sup>10</sup> BPS, *Sidenreng Rappang Dalam Angka 2023*, vol. 16 (Sidenreng Rappang: BPS Kabupaten Sidenreng Rappang, 2023).

konsumsi Masyarakat Kecamatan Panca Rijang sudah tidak lagi berjalan untuk pemenuhan kebutuhan semata, tetapi masyarakat sudah berperilaku konsumsi dalam kategori yang berlebihan karena munculnya kebiasaan-kebiasaan seperti berbelanja pakaian dan perhiasan berlebih, serta perangkat untuk menghias diri. Bahkan terkadang masyarakat membeli barang melebihi kebutuhan pokoknya demi membeli barang tersebut.

Gaya hidup masyarakat Panca Rijang pada beberapa tahun terakhir mulai berkembang ke arah gaya hidup yang mementingkan gaya dan gengsi. Fakta empiris yang terjadi pada kehidupan sosial masyarakat yang ada di Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidrap ditemukan gaya hidup masyarakat disana ialah banyak yang suka memakai barang brand yang trend seiring perkembangan zaman, mengoleksi perhiasan emas sebanyak-banyaknya, dan adanya kelompok atau komunitas dalam masyarakat yang suka memamerkan gaya hidupnya yang mewah di kehidupan nyata maupun sosial media. Gaya hidup sosial tersebut sudah tidak asing lagi bahkan sudah menjadi kebiasaan di kalangan masyarakat tersebut. Hal ini menjadi problem yang berkaitan langsung dengan munculnya perilaku konsumsi yang irasional, dimana masyarakat mulai banyak yang melakukan konsumsi dengan tujuan untuk menjaga gengsi dan bukan untuk memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan data dari laman website Kabupaten Sidrap, Sidrap menjadi penyumbang ekonomi besar di Provinsi Sulawesi Selatan, termasuk pada wilayah Kecamatan Panca Rijang.<sup>11</sup> Masyarakat Kecamatan Panca

---

<sup>11</sup>Pemerintah Kabupaten Sidrap, *Sidrap Penyumbang Pertumbuhan Ekonomi Sulsel Tertinggi*, diakses pada [https://sidrapkab.go.id/site/index.php?Berita/detail\\_berita/sidrap-penyumbang-pertumbuhan-ekonomi-sulsel-tertinggi-933-persen](https://sidrapkab.go.id/site/index.php?Berita/detail_berita/sidrap-penyumbang-pertumbuhan-ekonomi-sulsel-tertinggi-933-persen)

Rijang merupakan masyarakat yang tekun dalam meningkatkan kualitas ekonominya, dilihat dari banyaknya usaha baik besar, menengah, maupun kecil. Hal ini mendorong meningkatnya pendapatan masyarakat Panca Rijang. Dengan adanya sumber pendapatan yang positif, masyarakat diketahui banyak yang meningkatkan gaya hidupnya ke tingkatan yang lebih mewah. Sehingga mendorong perilaku konsumsi terjadi, karna adanya faktor keinginan untuk mendapatkan gaya hidup yang terpendang, dalam hal ini diakui oleh masyarakat. Adanya pendapatan atau adanya modal ini yang dapat membuat masyarakat melakukan perilaku konsumsi.

Permasalahan yang ada adalah masyarakat yang memiliki pendapatan tinggi banyak yang memiliki kebiasaan konsumsi berlebih. Hal ini peneliti dapatkan dari observasi dimana peneliti melihat banyak masyarakat yang memiliki keadaan keuangan yang baik dan sangat baik sebagai hasil dari pendapatan usahanya, dimana banyak dari mereka yang tidak berpikir panjang ketika ingin membeli sesuatu, dan terkadang membeli sesuatu dalam jumlah yang banyak. Tetapi tidak betul-betul dibutuhkan. Baik makanan, pakaian, barang elektronik, perhiasan, dan sebagainya. Peneliti menemukan banyaknya perilaku mubazir yang terjadi dari segi pembelian masyarakat Panca Rijang, seperti membeli makanan yang banyak tapi tidak dihabiskan, membeli barang elektronik tapi tidak terlalu digunakan, masyarakat juga banyak yang diketahui membeli pakaian tapi hanya sekali atau dua kali pakai lalu tidak pernah lagi dipakai. Problem lain dari segi pendapatan yang peneliti temukan juga ada pada masyarakat dengan pendapatan rendah, yang terkadang

memaksakan diri untuk membeli sesuatu agar dapat tampil dan diterima dalam pergaulan, yang mana berkaitan langsung pula dengan konformitas.

Bagi masyarakat yang terbiasa hidup bersosial pasti akan ada satu titik saat kebutuhan dasarnya telah terpenuhi, dia ingin mendapat pengakuan dari orang lain. Ingin dihargai, diberikan perhatian atas keberadaannya dan pengakuan diri ini akan berujung pada perilaku konsumsi yang berlebihan ketika orang-orang mulai membelanjakan uangnya hanya untuk mendapat pengakuan.

Adanya tekanan dari masyarakat sekitar di Kecamatan Panca Rijang, sehingga orang yang berada dalam kelompok masyarakat mau tidak mau mengubah perilakunya sesuai dengan kelompok masyarakat yang mana disebut dengan konformitas. Konformitas dilakukan oleh masyarakat agar bisa diterima oleh lingkungannya, baik agar ia disukai maupun untuk menghilangkan tekanan sosial. Dimana seseorang yang sangat tertarik pada suatu kelompok sosial tertentu dan ingin menjadi bagian dari kelompok tersebut, kecenderungannya untuk melakukan konformitas akan semakin tinggi. Jadi apapun yang dilakukan oleh suatu kelompok, maka seseorang tersebut akan mengikutinya. Hal ini terjadi pada masyarakat Panca Rijang dan menjadi permasalahan karena masyarakat sudah lebih mementingkan bagaimana caranya diterima dan menjadi seperti orang-orang pada umumnya.

Gambaran di lapangan yang peneliti lihat seperti ada masyarakat yang lebih mementingkan diri memperbaiki sisi luarnya, baik dari dirinya maupun barang-barang yang dimiliki, seperti membeli barang-barang mahal dan mempercantik diri dengan perhiasan dan alat perawatan yang mahal.

Meskipun hal tersebut tidak begitu mendesak dan dibutuhkan untuk hidup bersosial. Tetapi ada saja masyarakat yang rela memaksakan diri memenuhi hal-hal demikian agar dapat diterima di lingkungannya. Hal ini juga dikuatkan dengan adanya orang-orang yang tidak begitu dipedulikan ketika gaya hidup maupun penampakan dirinya tidak sesuai dengan suatu kelompok sosial pada masyarakat Panca Rijang.

Atas dasar uraian permasalahan di atas, menjadi latar belakang untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan diatas, dapat dirumuskan pokok permasalahan yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang. Adapun sub permasalahannya antara lain yaitu :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang?
2. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang?
3. Apakah konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang?

4. Apakah Gaya Hidup, Pendapatan, dan konformitas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan oleh peneliti maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.
2. Untuk mengetahui apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.
3. Untuk mengetahui apakah konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.
4. Untuk mengetahui apakah Gaya Hidup, Pendapatan, dan konformitas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

## 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan mengenai Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai bahan masukan atau pengalaman dalam melakukan penelitian, khususnya terkait dengan Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.
- b. Bagi peneliti lain, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel yang berbeda.
- c. Bagi masyarakat, dapat memberikan wawasan tentang bagaimana menghindari perilaku konsumsi yang berlebihan dan fokus pada kebutuhan yang lebih penting. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bagaimana gaya hidup, pendapatan, dan konformitas dapat mempengaruhi kebiasaan konsumsi agar masyarakat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru untuk penelitian berikutnya. Pada bagian ini, peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, kemudian membuat ringkasan. Selain itu, penelitian terdahulu dapat memperkuat teori yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan, serta digunakan sebagai sumber perbandingan dengan penelitian yang sedang dilakukan saat ini, kemudian dapat digunakan sebagai hipotesis atau jawaban sementara dalam penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa skripsi terkait dengan penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tanti Dwi Hardiyanti 2019, mengenai “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner sebagai bahan dalam pengumpulan data. Sampel yang diambil sebanyak 112 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, dengan bantuan software SPSS versi 22. Berdasarkan hasil penelitian uji T menunjukkan hasil variabel pendapatan  $t_{hitung}$  sebesar 5,712 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,66071 dengan tingkat signifikan 0,000, dan variabel gaya hidup

$t_{hitung}$  sebesar 7,937 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,66071 dengan tingkat signifikan 0,000. Dan uji F menunjukkan hasil  $f_{hitung}$  sebesar 50,268 dan  $f_{tabel}$  sebesar 3,09 dengan tingkat signifikan 0,000. Ini menunjukkan bahwa pendapatan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat kecamatan Medan Perjuangan.<sup>12</sup>

Persamaan penelitian ini adalah Metode penelitian yang digunakan, dimana kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan penggunaan kuesioner sebagai instrument dalam pengumpulan data. Penelitian keduanya menggunakan variabel independen yang sama yaitu gaya hidup dan pendapatan.

Perbedaan penelitian ini yakni variabel Independen, dimana penelitian ini mencakup variable gaya hidup, pendapatan, dan konformitas, sedangkan penelitian sebelumnya hanya memfokuskan pada pendapatan dan gaya hidup. Lokasi Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidenreng Rappang, sementara penelitian sebelumnya dilakukan di Kecamatan Medan Perjuangan. Ukuran sampel dan teknik pengambilan sampel dimana penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dan menggunakan rumus slovin, sementara penelitian sebelumnya menggunakan 112 responden dan menggunakan teknik *simple random sampling*.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Risnawati 2020, mengenai “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda

---

<sup>12</sup> Hardiyanti, “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019)

Aceh)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam perspektif Ekonomi Islam. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Ulee Kareng yang memiliki kriteria umur >25 tahun (kriteria dewasa). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 94 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pengujian hipotesis menggunakan metode analisis linear berganda dengan alat bantu SPSS versi 23. Berdasarkan hasil analisis secara parsial (Uji T), pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan nilai signifikansi  $0,012 < 0,05$ , dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil analisis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.<sup>13</sup>

Persamaan penelitian ini adalah keduanya menggunakan variabel independen yang sama yaitu gaya hidup dan pendapatan. Penelitian keduanya menggunakan metode kuantitatif dengan penggunaan kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data dan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS.

Perbedaan penelitian ini adalah variabel Independen, dimana penelitian ini mencakup variabel gaya hidup, pendapatan, dan konformitas, sedangkan penelitian sebelumnya hanya memfokuskan pada

---

<sup>13</sup> Risnawati, “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Kecamatan Di Ulee Kareng Banda Aceh)” (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020). (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh,2020)

pendapatan dan gaya hidup. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan rumus slovin, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan 94 responden dengan teknik *purposive sampling*.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Vebby Aqila 2020, mengenai “Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Kelompok Arisan Cafe UMA 84”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Kelompok Arisan Cafe UMA 84. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik total sampling. Jumlah sampel yang digunakan di penelitian ini sebanyak 30 orang anggota Kelompok Arisan Cafe UMA 84. Analisis data menggunakan teknik korelasi *Product Moment dari Pearson (r<sub>xy</sub>)* dimana sebesar 0,866 dengan  $p=0,000$  berarti berarti  $p<0,05$ . Artinya semakin tinggi Konformitas akan semakin meningkatkan kecenderungan untuk berperilaku konsumtif, demikian sebaliknya semakin rendah konformitas akan semakin menurunkan kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan yaitu ada hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada kelompok arisan Cafe UMA 84 dinyatakan diterima.<sup>14</sup>

Persamaan penelitian ini yakni variabel Independen yang digunakan sama yaitu variabel konformitas. Metode penelitian yang digunakan,

---

<sup>14</sup> Vebby Aqila, “Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Kelompok Arisan Cafe UMA 84” (Skripsi, Universitas Medan Area, 2020).

dimana kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan penggunaan kuesioner sebagai instrument dalam pengumpulan data.

Perbedaan penelitian ini yakni variabel Independen dimana penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen (gaya hidup, pendapatan, dan konformitas), sementara penelitian sebelumnya hanya menggunakan konformitas. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan rumus slovin, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan 34 responden dengan teknik *total sampling*.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Yunita Dwi Lestari Maharani 2019, mengenai “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Skincare Korea”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan dewasa awal dalam pembelian skincare Korea. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 210 responden (N=210) yang pernah atau sedang melakukan pembelian skincare Korea di Jakarta, menggunakan teknik sampling yaitu *non-probability sampling* secara *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Konformitas dengan 31 butir pernyataan dan Skala Perilaku Konsumtif dengan 30 butir pernyataan. Uji analisis statistik yang digunakan adalah uji analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan nilai F hitung = 1751,11 dan nilai  $p = 0,000$ , yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian skincare Korea di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinan (R

square) = 0,894 artinya pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian skincare Korea di Jakarta adalah sebesar 89,3% dan 10,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.<sup>15</sup>

Persamaan penelitian ini yakni variabel Independen yang digunakan sama yaitu variabel konformitas. Metode penelitian yang digunakan, dimana kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan penggunaan kuesioner sebagai instrument dalam pengumpulan data.

Perbedaan penelitian ini yakni variabel Independen dimana penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen (gaya hidup, pendapatan, dan konformitas), sementara penelitian sebelumnya hanya menggunakan konformitas. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan rumus slovin, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan 210 responden dengan teknik *purposive sampling*.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Andika 2021, mengenai “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Di Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup baik secara parsial maupun secara simultan terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Kemudian teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji

---

<sup>15</sup> Yunita Dwi Lestari Maharani, “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Skincare Korea” (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, 2019).

asumsi klasik, uji T (uji parsial), uji F (uji simultan) dan uji analisis regresi menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel pendapatan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Kemudian, secara simultan variabel pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Pengaruh tersebut sebesar 45,4 % dan sisanya 54,6 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian ini adalah keduanya menggunakan variabel independen yang sama yaitu gaya hidup dan pendapatan. Penelitian keduanya menggunakan metode kuantitatif dengan penggunaan kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data dan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS. Penelitian keduanya menggunakan rumus *slovin* dan jumlah sampelnya adalah 100 orang.

Perbedaan penelitian ini adalah variabel Independen, dimana penelitian ini mencakup variabel gaya hidup, pendapatan, dan konformitas, sedangkan penelitian sebelumnya hanya memfokuskan pada pendapatan dan gaya hidup.

## **B. Tinjauan Teori**

### **1. Perilaku konsumsi**

#### **a. Pengertian Perilaku Konsumsi Irasional**

Kegiatan konsumsi adalah hal yang mendasar dalam sendi kehidupan semua makhluk hidup. Ini mencakup pemenuhan

---

<sup>16</sup> Muhammad Andika, “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Erilaku Konsumsi Masyarakat Di Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur” (Skripsi, UIN Mataram, 2021).

kebutuhan pokok seperti makanan dan minuman, serta kebutuhan akan pakaian dan tempat tinggal. Konsumsi ini perlu direncanakan dengan baik sesuai dengan kebutuhan individu dan ketersediaan anggaran yang tersedia.

Konsumsi adalah tindakan manusia untuk menggunakan barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan mereka. Ini mencakup memanfaatkan barang atau jasa dalam kehidupan sehari-hari. Menurut teori yang dikemukakan oleh Miller dan Stafford “konsumen merupakan setiap orang yang membeli atau menggunakan suatu produk”. Perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap lingkungan dan gaya hidup, serta pendapatan yang mereka miliki.<sup>17</sup>

Tujuan individu dalam konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup, mengoptimalkan nilai dari barang atau jasa yang diperoleh, serta mencapai kepuasan. Orang yang berpikir rasional dalam konsumsi cenderung mengatur pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari dan menyisihkan sebagian untuk menabung. Rasionalitas seseorang dalam konsumsi apabila mereka mempertimbangkan dengan seksama semua aspek dan alternatif yang dapat memberikan manfaat tertinggi.

Nugroho menjelaskan bahwa perilaku konsumsi adalah aktivitas yang melibatkan langsung dalam memperoleh,

---

<sup>17</sup> R. LeRoy Miller dan A.D. Stafford. *Economic Education for Consumers* (4e). (USA: South-Western Cengage Learning., 2010), h. 44.

menggunakan, dan menghabiskan produk atau jasa, serta proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudahnya. Dalam ekonomi konvensional, perilaku konsumsi adalah seluruh rangkaian aktivitas terkait seperti mencari, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen memiliki kepentingan strategis dalam bidang pemasaran.

Perilaku konsumsi adalah proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh minat dalam menggunakan barang atau jasa, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mendasari kegiatan tersebut demi memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mencapai tingkat kepuasan serta kemakmuran yang diinginkan individu, yang dapat dilakukan kapan saja sesuai dengan kebutuhan mereka.<sup>18</sup>

Perilaku konsumen adalah aktivitas dalam memperoleh, menggunakan, dan menghabiskan barang dan jasa, serta proses pengambilan keputusan sebelum dan setelah melakukan aktivitas. Setiap konsumen berupaya mengelola pendapatan terbatas mereka untuk membeli produk dengan tujuan mencapai tingkat kepuasan maksimal.

Menurut Adji, dari perspektif pertimbangan rasional (akal sehat), perilaku konsumsi dapat dibagi menjadi dua jenis. Pertama, perilaku konsumsi rasional, yaitu perilaku yang didasari oleh pertimbangan rasional (nalar) dalam memutuskan untuk mengonsumsi

---

<sup>18</sup> Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018). h. 3-7

suatu produk. Kedua, perilaku konsumsi tidak rasional (irasional), yang terjadi ketika seorang konsumen memutuskan untuk membeli barang tanpa pertimbangan yang baik.<sup>19</sup>

Perilaku konsumsi irasional adalah tindakan di mana konsumen membeli atau mengonsumsi barang dan jasa tanpa mempertimbangkan secara logis atau rasional manfaat, kebutuhan, atau nilai dari barang atau jasa tersebut. Ini sering kali didorong oleh faktor emosional, sosial, atau situasional daripada alasan yang objektif dan logis.

#### **b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi**

Menurut teori yang dikemukakan oleh Kotler bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Berikut penjelasan terkait keempat faktor tersebut:

##### **1) Budaya**

Kebudayaan merupakan faktor penting yang membentuk keinginan dan perilaku seseorang. Berbeda dengan makhluk lain yang bertindak berdasarkan naluri, perilaku manusia umumnya dipengaruhi oleh proses pembelajaran. Faktor budaya mencakup sub-budaya dan kelas sosial yang ada dalam masyarakat.

##### **2) Sosial**

Faktor ini mencakup kelompok referensi seseorang yang terdiri dari semua kelompok yang mempengaruhi sikap atau

---

<sup>19</sup> Wahyu Adji, *Ekonomi SMA* (Jakarta: Erlangga, 2004). h. 94-95.

perilaku individu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Keluarga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Keluarga menjadi organisasi penting dalam masyarakat dan menjadi kelompok acuan yang paling berpengaruh.

### 3) Pribadi

Faktor ini lebih melihat secara personal seorang individu meliputi:

- a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup; seseorang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama hidupnya,
- b) Jenis pekerjaan; pekerjaan seseorang juga memengaruhi barang/ jasa yang dibelinya,
- c) Keadaan ekonomi; terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan, dan hartanya,
- d) Gaya hidup; pola seseorang dalam menjalani hidupnya (aktivitas, minat, kesukaan, sikap, konsumsi, dan harapan), serta
- e) Kepribadian dan konsep diri; karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungannya.

### 4) Psikologis

Faktor ini lebih melihat kondisi psikis yang dimiliki individu meliputi:

- a) Motivasi adalah dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah dan tujuan bagi perilaku seseorang.

- b) Persepsi sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bermakna,
- c) Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman, serta
- d) Kepercayaan dan sikap suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.<sup>20</sup>

### c. Indikator Pengukuran Perilaku Konsumsi

Dalam perilaku konsumsi, indikator pengukuran yang bisa digunakan adalah perilaku konsumsi rasional dan tidak rasional, sejalan dengan apa yang dikemukakan Mu'afifah & Riza ada dua yaitu "Perilaku konsumsi secara rasional dan perilaku konsumsi tidak rasional.". Jika dilihat dari segi pertimbangan rasional (akal sehat), perilaku konsumen dalam berbelanja dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

#### 1) Perilaku konsumen rasional

Perilaku konsumen rasional adalah perilaku konsumen yang didasari atas pertimbangan rasional (nalar) dalam memutuskan untuk mengkonsumsi suatu produk. Suatu pembelian dapat dikatakan rasional apabila:

- a) Dasar pertimbangan produk tersebut mampu memberikan kegunaan optimal (*optimum utility*) bagi konsumen.

---

<sup>20</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2009), h. 176.

- b) Apabila dalam memenuhi barang, barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan. Semakin lama jangka waktu pemuasannya maka akan semakin baik, produk tersebut benar-benar dibutuhkan konsumen. Butuh atau tidaknya akan barang dapat dilihat dari posisi barang tersebut dalam skala prioritas, jika membeli barang yang ada di posisi paling atas dalam skala prioritas, berarti telah melakukan tindakan konsumsi yang rasional.
- c) Mutu produk terjamin.
- d) Harga terjangkau dan sesuai dengan kemampuan konsumen yang membeli. Suatu pembelian dapat dikategorikan sebagai rasional, bila ada kesesuaian antara harga yang harus kita bayar dan uang yang kita miliki.<sup>21</sup>
- 2) Perilaku konsumen tidak rasional

Perilaku tidak rasional (*irrational*) merupakan sebuah tindakan dalam berbelanja bila seorang konsumen memutuskan membeli barang tanpa pertimbangan baik. Perilaku konsumen dapat dikatakan tidak rasional yaitu ketika:

- a) Membeli produk karena iming-iming hadiah
- b) Beli produk karena kemasannya menarik
- c) Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi
- d) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau fungsi)

---

<sup>21</sup> Muafifah Kusniawati dan Riza Yonita Kurniawan, *Status Sosial Ekonomi dan Literasi Ekonomi*, (Riau: USSK Press, 2016), h. 43.

- e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol dan status
- f) Menggunakan produk karena unsur kesesuaian dengan contoh yang diiklankan
- g) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga tinggi akan menghasilkan kepercayaan diri yang tinggi
- h) Mencoba lebih dari dua produk serupa (merek berbeda).<sup>22</sup>

Manusia pada dasarnya memiliki kecenderungan untuk melakukan konsumsi tidak rasional atau berperilaku konsumtif, namun tidak semua orang bisa menyalurkannya. Menurut pandangan Islam, di dalam Al-Qur'an telah dijelaskan agar harta yang dimiliki setiap manusia dibelanjakan sesuai dengan aturan syara', tidak berlebihan juga tidak kikir. Hal inilah yang disebut dengan kesederhanaan Islam. QS. Al-Isra'/17:26 menerangkan bahwa:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

Terjemahnya :

Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang yang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.<sup>23</sup>

Islam sebagai pedoman hidup mengatur segala aspek perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, termasuk dalam hal konsumsi. Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan konsumsi yang membawa kemaslahatan bagi kehidupannya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia melalui Alquran dan Hadis, supaya manusia di jauhkan dari sifat

<sup>22</sup> Naning Fatmawatie, "E Commerce Dan Perilaku Konsumtif" (Kediri: IAIN Kediri Press, 2022). h. 41-43.

<sup>23</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Q.S Al-Isra: 26.

yang hina karena perilaku konsumsinya. Dengan mengikuti ketentuan Allah dan Rasulullah saw. dalam hal konsumsi, manusia akan mencapai kehidupan yang lebih sejahtera.<sup>24</sup>

## 2. Gaya Hidup

### a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah cara seseorang dalam menggambarkan suatu masalah yang ada didalam pikirannya, Hal ini mencakup masalah psikologis dan emosional seseorang. Gaya hidup juga mencerminkan minat dan pandangan seseorang terhadap berbagai objek atau situasi.<sup>25</sup>

Menurut Al Shabiyah, gaya hidup adalah cara seseorang menjalani hidup, termasuk produk apa yang mereka beli, cara penggunaannya serta pemikiran dan perasaan yang timbul setelah menggunakan produk tersebut.<sup>26</sup> Menurut Setiadi gaya hidup adalah umumnya didefinisikan sebagai cara seseorang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan mereka (ketertarikan), serta pandangan mereka tentang diri sendiri dan lingkungan sekitarnya (pendapat). Gaya hidup ini menjadi cerminan dari kepribadian, nilai-nilai, dan aspirasi seseorang, yang secara keseluruhan mempengaruhi keputusan mereka, hubungan sosial, dan kualitas hidup yang mereka alami.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam; Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002).

<sup>25</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Kencana, Jakarta, 2010), h. 77-79

<sup>26</sup> Al-Shabiyah, *Teori Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009), h. 14

<sup>27</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, h. 148.

Gaya hidup konsumen didefinisikan sebagai cara hidup konsumen dalam menghabiskan waktu, tenaga dan uang untuk segala sesuatu yang mereka anggap penting. Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang, dan pada akhirnya menentukan pilihan konsumsi mereka. Memahami kepribadian belum dianggap lengkap jika belum memahami bagaimana konsep gaya hidup. Gaya hidup adalah konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan dengan kepribadian.<sup>28</sup>

Dari teori-teori yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah cara seseorang dalam menjalani hidupnya melalui berbagai aktivitas, hobi dan pemikirannya di kehidupan seseorang, serta bagaimana hal ini mencerminkan posisi mereka di lingkungan hidupnya.

#### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup**

Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa gaya hidup seseorang tercermin dari perilaku individu dalam memperoleh atau menggunakan barang dan jasa, serta proses pengambilan keputusan terkait kegiatan tersebut. Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa bahwa gaya hidup dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

Adapun Faktor internal yaitu sebagai berikut :

---

<sup>28</sup>Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep Dan Praktik Dalam Pemasaran)* (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2021). h. 64-65.

### 1) Sikap

Sikap adalah keadaan jiwa dan pemikiran yang disiapkan untuk merespons suatu objek yang terbentuk melalui pengalaman dan mempengaruhi perilaku. Sikap seseorang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kebiasaan, budaya, tradisi, dan lingkungan sosial yang ada di sekitarnya.

### 2) Pengalaman dan pengamatan

Pengamatan sosial seseorang dapat dipengaruhi oleh pengalaman yang dialami. Pengalaman dapat berasal dari berbagai tindakan yang pernah dilakukan dan bisa dipelajari melalui proses belajar.

### 3) Kepribadian

Kepribadian adalah gabungan karakteristik dan pola perilaku individu yang membedakan perilaku setiap orang.

### 4) Konsep diri

Konsep diri telah menjadi pendekatan yang sangat dikenal luas untuk menjelaskan hubungan antara konsep diri konsumen dan citra merek. Cara individu memandang dirinya akan mempengaruhi minatnya terhadap suatu objek.

### 5) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan akan prestise. Jika seseorang memiliki dorongan yang kuat terhadap kebutuhan prestise, maka gaya hidupnya cenderung mengarah ke gaya hidup hedonis.

## 6) Persepsi

Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk membentuk pemahaman yang bermakna tentang lingkungan atau dunia di sekitarnya.

Adapun faktor eksternal sebagai berikut :

### 1) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu menjadi anggotanya dan berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberikan pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggotanya.

### 2) Keluarga

Keluarga memiliki peran yang dominan dan berkelanjutan dalam membentuk sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung memengaruhi pola hidupnya.

### 3) Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dimana anggotanya memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama dalam setiap jenjang.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Indeks, 2016). h. 48.

### c. Indikator Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini.

#### 1) Aktivitas (*Activities*)

Aktivitas merupakan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Dapat berupa kerja, hobi, kegiatan sosial, hiburan, anggota klub, masyarakat, belanja dan olahraga. Aktivitas konsumen merupakan karakteristik konsumen dalam kehidupan sehari-harinya.

#### 2) Minat (*Interest*)

Minat adalah kegairahan terhadap objek, peristiwa, atau topik, yang bisa berupa perhatian khusus atau berkelanjutan terhadap hal tersebut. Minat mencakup kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam kehidupan konsumen. Minat ini bervariasi antara individu, seperti ketertarikan pada makanan atau model pakaian.

#### 3) Opini (*Opinion*)

Opini merupakan pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, ekonomi, dan sosial. Opini digunakan untuk menggambarkan penafsiran, harapan, dan evaluasi, seperti keyakinan terhadap niat orang lain, antisipasi terhadap masa depan, dan pertimbangan terkait konsekuensi yang

bisa memberi hukuman dari berbagai tindakan yang mungkin dilakukan.<sup>30</sup>

### 3. Pendapatan

#### a. Pengertian Pendapatan

Menurut Abdulrahman pendapatan adalah hasil uang atau keuntungan materi lainnya yang timbul dari pemakaian kekayaan atau jasa-jasa manusia bebas.<sup>31</sup> Pendapatan adalah semua penghasilan yang diterima oleh setiap orang dalam kegiatan ekonomi dalam suatu periode tertentu. Menurut Wiryohasmono pendapatan adalah keseluruhan penghasilan yang diterima dari suatu usaha atau kegiatan tertentu sedangkan penerimaan adalah setiap hasil yang diterima dari suatu usaha atau kegiatan tertentu.<sup>32</sup>

Soekartawi menjelaskan bahwa pendapatan memberi dampak yang kuat bagi banyaknya barang yang dikonsumsi dan fakta bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka yang bertambah bukan hanya barang yang dikonsumsi saja akan tetapi kualitas barang tersebut ikut menjadi pertimbangan yang kuat dalam memilih barang konsumsi, hal tersebut telah membuktikan kenyataan dalam seluruh perubahan pola konsumsi masyarakat terhadap suatu barang dan jasa dipengaruhi oleh pendapatan masyarakat.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Philip Kotler dan , *Marketing Management*, Edisi 15 (London: Pearson Education, 2016). h.172.

<sup>31</sup> Abdulrahman, *Ekonomi Makro*, (Semarang: Unesa University Press, 2020), h. 34

<sup>32</sup> Wiryohasmono, *Konsep Pendapatan Rumah Tangga Di Indonesia*. h. 3.

<sup>33</sup> Soekartawi, *Faktor-Faktor Produk* (Jakarta: Salemba Empat, 2002). h. 132.

Pendapatan adalah jumlah uang atau nilai ekonomi yang diperoleh oleh individu, rumah tangga, atau organisasi dari berbagai sumber, seperti gaji, keuntungan usaha, investasi, atau bantuan sosial. Pendapatan biasanya diukur dalam periode waktu tertentu, seperti bulanan atau tahunan. Tingkat pendapatan juga dapat bervariasi berdasarkan profesi, pendidikan, pengalaman kerja, dan lokasi geografis.

#### **b. Sumber-sumber Pendapatan**

Sumber Pendapatan rumah tangga dibagi menjadi tiga bentuk yaitu Pendapatan dari gaji upah, Pendapatan dari aset produktif, Pendapatan dari pemerintah, berikut penjelasannya:

- 1) Pendapatan dari gaji dan upah, adalah balas jasa terhadap kesediaan menjadi tenaga kerja, besar gaji atau upah seseorang secara teoritis sangat tergantung dari produktivitasnya. Suatu imbalan yang diperoleh seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan.
- 2) Pendapatan dari aset produktif, adalah aset yang memberikan penghasilan sebagai imbalan atas penggunaannya. Aset produktif terbagi menjadi dua kelompok. Pertama, aset finansial (*financial asset*) seperti deposito yang menghasilkan pendapatan dari dividen saham dan keuntungan modal saat diperjualbelikan. Kedua, aset non-finansial (*Realasset*) seperti rumah yang menghasilkan pendapatan dari sewa.

- 3) Pendapatan dari pemerintah atau penerimaan transfer, adalah pendapatan yang diterima bukan sebagai balas jasa atas input yang diberikan. Negara-negara yang telah maju penerimaan transfer diberikan dalam bentuk bantuan.<sup>34</sup>

### c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Sadono Sukirno faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan:

- 1) Modal, adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Modal atau biaya adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar.
- 2) Tenaga kerja, tenaga kerja bukan saja berarti jumlah buruh yang terdapat dalam perekonomian. Akan tetapi tenaga kerja juga meliputi keahlian dan keterampilan yang mereka miliki. Dari segi keahlian dan pendidikan tenaga kerja
- 3) Lama usaha, merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang dijalani saat ini. Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha. Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat

---

<sup>34</sup> Akram Ridha, *Pintar Mengelola Keuangan Keluarga Sakinah Mudah Dan Sesuai Kaidah Islam* (Solo: Tayiba Media, 2014). h. 118-119.

menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan.<sup>35</sup>

Dalam uraian diatas, faktor yang paling dominan adalah modal, karena modal yang menentukan besar kecilnya suatu pendapatan seseorang. Apabila pendapatannya tidak terlalu besar maka modal yang digunakan sedikit pula. Tetapi sebaliknya, apabila pendapatannya besar atau banyak maka yang dikeluarkannya pun juga tinggi.

#### **d. Indikator Pendapatan**

Adapun Indikator pendapatan dibagi menjadi tiga indikator, yaitu:

- 1) Pendapatan yang diterima perbulan, merupakan penerimaan yang diterima oleh seseorang maupun badan usaha yang diterima dari balas jasa yang telah dilakukannya.
- 2) Pekerjaan, adalah suatu kegiatan yang dilakukan setiap orang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.
- 3) Beban keluarga yang ditanggung, jumlah pengeluaran yang digunakan oleh anggota keluarga lainnya yang dihitung dalam periode tertentu.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makro Ekonomi*, 1st ed. (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2002). h. 49.

<sup>36</sup> Alam S., *Ekonomi Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 10.

#### 4. Konformitas

##### a. Pengertian Konformitas

Menurut Myers konformitas merupakan berubahnya perilaku atau kepercayaan individu agar mereka selaras dengan kelompoknya dan tidak merasa terasingkan. Konformitas ini muncul karena adanya tekanan atau label dari masyarakat sekitarnya, sehingga individu yang berada dalam kelompok tersebut mau tidak mau mengubah perilakunya sesuai dengan kesepakatan kelompok tersebut.<sup>37</sup>

Baron & Byrne mengungkapkan bahwa konformitas adalah bagaimana individu tersebut bertingkah laku dengan cara yang wajar atau dapat diterima oleh kelompok dimana individu tersebut berada. Konformitas dilakukan agar individu tersebut bisa diterima oleh lingkungannya, baik agar ia disukai maupun untuk menghilangkan tekanan sosial.

Dari hal tersebut sehubungan dengan teori yang dikemukakan Hurlock bahwa konformitas terjadi karena waktu yang individu habiskan lebih banyak dengan rekannya, sehingga sikap, minat, pembicaraan, penampilan hingga perilaku mereka dipengaruhi oleh lingkungan dimana dia menghabiskan banyak waktunya disana.<sup>38</sup>

Umi Kulsum dan Mohammad Jauhar menjelaskan bahwa konformitas adalah fenomena di mana individu mengubah sikap dan

---

<sup>37</sup> David G. Myers, *Psikologi Sosial*, 10th ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2012). h. 51.

<sup>38</sup> Robert Baron & Byrne, *Psikologi Sosial Jilid 2*. (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 17.

perilaku mereka agar sejalan dengan norma sosial yang berlaku dalam lingkungan sosial tempat mereka tinggal dan berinteraksi.

Umi Kulsum dan Mohammad Jauhar menjelaskan bahwa konformitas adalah bentuk pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan perilaku mereka agar sejalan dengan norma sosial yang berlaku dalam komunitas tempat mereka tinggal dan bersosialisasi.<sup>39</sup> Konformitas pada norma kelompok terjadi bila norma tersebut jelas dinyatakan, individu berada di bawah pengawasan kelompok, kelompok memiliki sanksi yang kuat, kelompok memiliki sifat kohesif yang tinggi, dan kecilnya dukungan terhadap penyimpangan dari norma.

Konformitas adalah fenomena di mana seseorang atau sekelompok orang mengubah perilaku, keyakinan, atau nilai-nilai mereka untuk sesuai dengan norma-norma sosial yang ada konformitas dapat terjadi baik secara sadar maupun tidak sadar, dan dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam berbagai situasi. Hal ini sering kali terjadi dalam upaya untuk diterima atau diakui oleh kelompok tersebut, atau untuk menghindari konflik atau ketidaknyamanan yang mungkin timbul karena tidak mengikuti norma-norma yang berlaku.

---

<sup>39</sup> Umi Kulsum dan Mohammad Jauhar, *Pengantar Psikologi Sosial* (Jakarta: Pustakaraya, 2014). h. 215-216

## b. Macam-Macam Konformitas

Macam-macam konformitas mengenai pengaruhnya dalam berperilaku konsumtif memiliki beberapa macam, diantaranya yang dijelaskan oleh Nail dalam Myers yaitu:

### 1) Pemenuhan

Macam konformitas ini menjelaskan mengenai bagaimana anggota merespon persetujuan dengan permintaan sementara dirinya sendiri tidak setuju. Seringkali anggota kelompok menyetujui harapan atau permintaan kelompok tanpa menyadari dan meyakini apa yang telah dilakukan. Ketidaktulusan di luar konformitas ini adalah pemenuhan (*compliance*).

### 2) Kepatuhan

Kepatuhan anggota kelompok adalah tindakan yang sesuai dengan perintah atau petunjuk langsung dari kelompok. Anggota yang patuh akan mendapat sebuah penghargaan atau untuk menghindari hukuman.

### 3) Penerimaan

Penerimaan dalam konformitas mampu melibatkan anggota untuk bertindak sesuai dengan kelompok dan meyakini pendapatnya agar sama dengan apa yang diberikan kelompok. Tidak jarang anggota sangat meyakini apa yang dilakukan kelompok untuk terhindar dari penyimpangan kelompok dan

menerimanya sebagai kebenaran. Pernyataan ini termasuk ke konformitas dalam dengan penerimaan (*acceptance*).<sup>40</sup>

### c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konformitas

Konformitas dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu kohesivitas, ukuran kelompok, dan norma sosial menurut Myers:

#### 1) Kohesivitas (kekompakan kelompok)

Merupakan faktor yang sangat memengaruhi kecenderungan dalam menyesuaikan diri (konformitas sosial). Dimana seseorang yang sangat tertarik pada suatu kelompok sosial tertentu dan ingin menjadi bagian dari kelompok tersebut, kecenderungannya untuk melakukan konformitas akan semakin tinggi. Semakin kohesif (kedekatan antar anggota) suatu kelompok semakin besar kecenderungan seseorang untuk mengikuti norma dan aturan kelompok tersebut.

Hal ini dikarenakan perasaan individu untuk menghargai kelompoknya agar dapat diterima oleh anggota lain, menyebabkan ia ingin menghindari sesuatu yang akan menjauhkan atau memisahkannya dari kelompok tersebut. Semakin selektif keanggotaan suatu kelompok, semakin tinggi pula kohesivitas kelompok tersebut. Pada kelompok yang memiliki keanggotaan selektif, bertindak dan berpenampilan seperti anggota lain sering

---

<sup>40</sup> Nadya Larasati Khodijah, "Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Melalui E-Commerce Pada Mahasiswa UIN Jakarta" (Program Studi Kesejahteraan Sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). h. 20-21

kali merupakan cara terbaik untuk mendapatkan pengakuan kelompok.

Pada dasarnya, berperilaku seperti apa yang orang lain lakukan dalam suatu kelompok, membuat kita mendapatkan penerimaan sosial, sehingga kecenderungan dalam menyesuaikan diri dengan kelompok tersebut semakin tinggi. Dengan kata lain, kekompakan dan keinginan untuk diterima dapat dipandang sebagai faktor yang meningkatnya kecenderungan seseorang untuk menyesuaikan diri.

## 2) Ukuran kelompok

Semakin besar ukuran kelompok, semakin besar pula tekanan yang didapatkan seseorang untuk menyesuaikan diri. Singkatnya, semakin besar ukuran kelompok (besar jumlah individu yang menunjukkan perilaku tertentu dalam kelompok tersebut) kecenderungan untuk menyesuaikan diri dan berperilaku seperti apa yang mereka lakukan akan semakin besar pula.

Besarnya jumlah anggota kelompok yang berperilaku sama meningkatkan tekanan bagi anggota lainnya untuk berperilaku sama, yaitu perilaku yang sesuai dengan norma kelompoknya.

Ukuran sebuah kelompok sangat menentukan seorang individu konformitas, makin banyak anggota kelompok setuju tentang kebijakan, maka kebijakan tersebut akan mendapatkan dukungan dari individu lainnya. Sebaliknya, apabila kecil anggota kelompok memberikan dukungan, makin sedikit pula individu yang konformitas. Makin banyak orang menyatakan tentang sesuatu,

panas atau dingin dalam sebuah ruangan, maka yang banyak itu yang paling berpengaruh.<sup>41</sup>

### 3) Norma sosial

Pengaruh norma sosial terhadap konformitas memiliki peran yang signifikan. Norma sosial dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu norma deskriptif dan norma injungtif. Norma deskriptif merupakan norma yang menggambarkan apa yang biasanya dilakukan oleh mayoritas orang dalam situasi tertentu. Norma ini dapat mempengaruhi perilaku dengan memberi informasi tentang apa yang dianggap efektif atau adaptif dalam situasi tersebut. Sementara itu, norma injungtif menentukan perilaku yang dianggap diterima atau tidak diterima dalam situasi khusus.

Secara kenyataannya, norma injungtif umumnya memiliki pengaruh yang lebih kuat dalam memengaruhi tingkat konformitas sosial dibandingkan norma deskriptif. Norma injungtif melibatkan aspek kewajiban moral di mana individu merasa harus mematuhi norma tersebut. Norma injungtif tidak hanya memberikan arahan mengenai tindakan yang seharusnya dilakukan dalam situasi tertentu, tetapi juga menentukan bagaimana seharusnya perilaku dilakukan.<sup>42</sup>

#### **d. Ciri-Ciri Konformitas**

Menurut Sarwono, ciri-ciri konformitas yaitu:

---

<sup>41</sup> Murisal dan Sisrazeni, *Psikologi Sosial Integratif* (Depok: Rajawali Press, 2022). h. 102

<sup>42</sup> David G. Myers, *Social Psychology :9th Edition*. (New york : McGrawHill, 2010), h. 10-

- 1) Besarnya kelompok, ukuran kelompok mempengaruhi kemungkinan terjadinya konformitas, di mana kelompok yang lebih kecil lebih memfasilitasi konformitas daripada kelompok yang lebih besar.
- 2) Suara bulat, lebih mudah mempertahankan pendapat jika banyak kawannya.
- 3) Keterpaduan, semakin besar keterpaduan maka akan tinggi keinginan individu untuk melakukan konformitas terhadap kelompok.
- 4) Tanggapan umum perilaku yang terbuka sangat dapat di dengar atau dilihat secara umum lebih mendorong konformitas dari pada perilaku yang dapat didengar atau dilihat oleh orang-orang tertentu.
- 5) Komitmen umum, konformitas akan lebih mudah terjadi pada orang yang tidak mempunyai komitmen apa-apa.
- 6) Status, bila status individu dalam kelompok tidak ada maka individu akan melakukan konformitas agar dirinya dapat memperoleh status sesuai harapannya.<sup>43</sup>

#### **e. Indikator Konformitas**

Baron dan Byrne membagi konformitas menjadi dua aspek, yaitu normatif dan informatif. Aspek tersebut dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

---

<sup>43</sup> Sarlito Wirawan Sarwono, *Psikologi Remaja*, 3rd ed. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994). h. 182.

### 1) Aspek normatif

Aspek ini dikenal sebagai pengaruh sosial normatif, yang mengungkap usaha untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi atau tingkah laku seseorang agar disukai dan diterima oleh suatu kelompok yang tidak ingin dikucilkan karena memiliki perbedaan dengan orang disekitar. Hal tersebut mendorong seseorang untuk bertindak sebagaimana yang diharapkan oleh kelompok untuk menghindari penolakan atau agar tidak dianggap remeh oleh kelompok tersebut, meskipun sebenarnya individu tersebut tidak sependapat dengan anggota kelompoknya.

### 2) Aspek informatif

Aspek ini disebut juga pengaruh sosial informatif, aspek ini mengungkap adanya perubahan atau penyesuaian persepsi, keyakinan, maupun perilaku individu sebagai akibat adanya kepercayaan terhadap informasi yang dianggap bermanfaat yang berasal dari kelompok.<sup>44</sup> Semakin besar kepercayaan kepada informasi dan opini kelompok, semakin mungkin untuk menyesuaikan diri dengan kelompok tersebut.

## C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainya dari masalah yang ingin diteliti.<sup>45</sup> Ditinjau dari jenis hubungan variabel, maka di sini termasuk

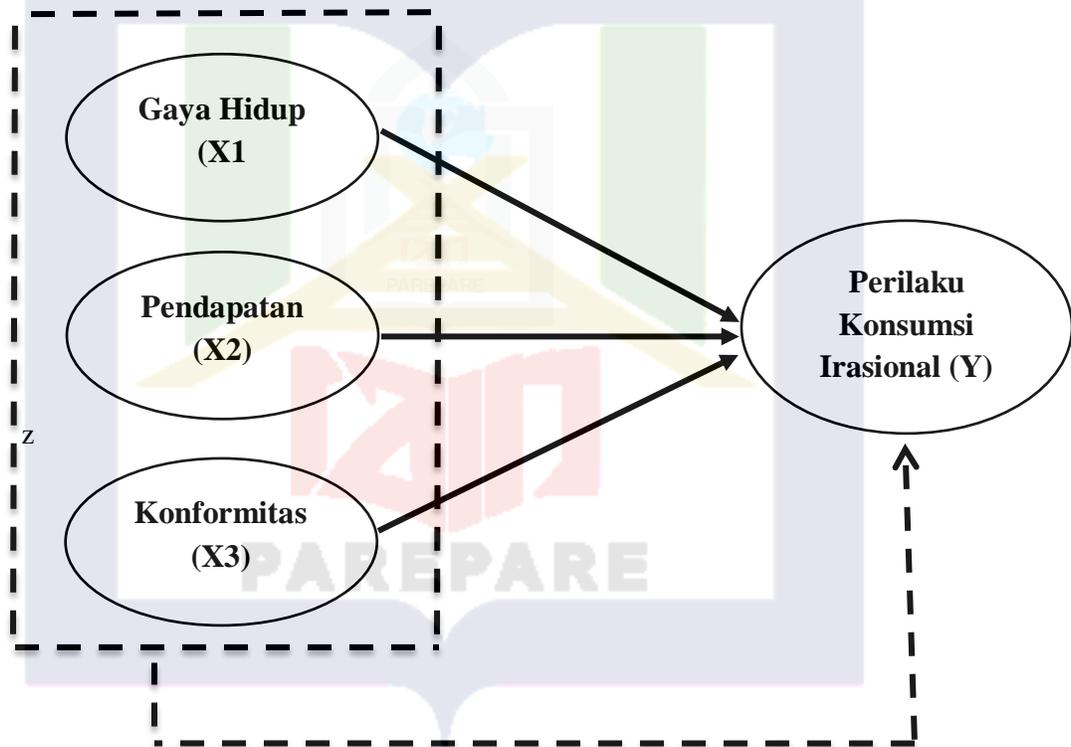
---

<sup>44</sup> Robert A Baron dan Donn Byrne, *Psikologi Sosial Jilid 2*, 10th ed. (Jakarta: Erlangga, 2005).

<sup>45</sup> American Journal of Sociology, "Kerangka Penelitian," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 16, h. 89–99.

hubungan sebab akibat yaitu suatu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, sehingga variabel bebas (*Variabel Independent*) yang digunakan adalah Gaya Hidup (X1), Pendapatan (X2), dan Konformitas (X3), sedangkan variabel terikat (*Variabel Dependen*) yang digunakan adalah Perilaku Konsumsi Irasional (Y).

Untuk memperjelas gambaran dari penelitian ini, maka penulis menyajikan kerangka pemikiran yang dapat mewakili dari isi penelitian ini secara umum dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Konseptual

#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan yang masih belum sempurna, yang perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian, pembuktian itu hanya dapat dilakukan dengan menguji hipotesis itu secara empirik atau dengan data lapangan.<sup>46</sup> Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Berdasarkan penjelasan dari kerangka pikir, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>0</sub> : Variabel gaya hidup tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang

H<sub>1</sub> : Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang

H<sub>0</sub> : Variabel pendapatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang

H<sub>2</sub> : Variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang

---

<sup>46</sup> Ma'ruf Abdullah, "Metode Penelitian Kuantitatif" (Banjarmasin: Aswaja pressindo, 2015). h. 205.

- H<sub>0</sub>: Variabel konformitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang
- H<sub>3</sub>: Variabel konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang
- H<sub>0</sub>: Variabel gaya hidup, pendapatan, dan konformitas tidak berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang
- H<sub>4</sub>: Variabel gaya hidup, pendapatan, dan konformitas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Secara umum, metode penelitian dapat didefinisikan sebagai pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan untuk keperluan tertentu. Dalam konteks ini, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berdasarkan pengalaman empiris dengan mengumpulkan data berbentuk angka yang bisa dihitung dan berbentuk *numeric*. Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini menggunakan pendekatan Asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Asosiatif yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu ada tidaknya pengaruh antara Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidenreng Rappang. Waktu yang peneliti ambil untuk penelitian ini dilakukan terhitung sejak tanggal diterbitkannya izin penelitian dengan jangka waktu kurang lebih 2 bulan, untuk pengumpulan data dan pengolahan data termasuk penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel, yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diperoleh kesimpulan.<sup>47</sup> Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh jumlah masyarakat di Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidenreng Rappang sebanyak 32.433.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari total dan karakteristik yang terdapat dalam populasi. Ketika populasi besar dan adanya keterbatasan seperti sumber dana, tenaga, dan waktu, yang menghalangi peneliti untuk mempelajari seluruhnya, maka peneliti memilih menggunakan sampel yang mewakili populasi untuk analisis lebih lanjut.<sup>48</sup>

Somantri menjelaskan bahwa sampel merupakan bagian kecil dari anggota populasi yang diambil dengan prosedur tertentu agar dapat mewakili populasi. Sugiyono memberikan pengertian bahwa “Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.” Jadi bisa ditarik

---

<sup>47</sup> Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3X Baca* (Yogyakarta: Deepublish, 2019). h. 45.

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R &D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 195.

kesimpulan sampel adalah sebagian data yang merupakan objek dari populasi yang diambil.<sup>49</sup>

Dalam penelitian ini penentuan sampel menggunakan Rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, biasanya 10%

Berdasarkan Rumus Slovin maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{32.433}{1 + 32.433 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{32.433}{1 + 32.433 (0,01)}$$

$$n = \frac{32.433}{1 + 324,33}$$

$$n = \frac{32.433}{325,33}$$

$$n = 99,69$$

<sup>49</sup> Dameria Sinaga, "Buku Ajar Statistik Dasar" (Jakarta Timur: Uki Press, 2014). h. 6.

Jadi, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden (dibulatkan).

#### **D. Instrumen Penelitian**

Untuk menguji dan membuktikan suatu hipotesis, data pendukung itu diperlukan. Untuk mendapatkan data yang utuh dan menilai keberhasilan penelitian, diperlukan penggunaan metode pengumpulan data yang sesuai dengan masalah penelitian. Dalam hal ini, teknik angket atau kuesioner digunakan dalam penelitian ini.

Kuesioner ini adalah teknik pengumpulan data di mana responden diberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Dimana metode penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang berbentuk skala likert dengan jawaban dari responden yang dihubungkan dengan pertanyaan responden yang diuraikan melalui indikator dari setiap variabel yang diteliti. Indikator-indikator ini menjadi dasar untuk merancang setiap pertanyaan dalam kuesioner.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian dengan menggunakan skala likert adalah 5 poin.

| <b>Pernyataan</b> | <b>Keterangan</b> | <b>Skor</b> |
|-------------------|-------------------|-------------|
| Sangat setuju     | <b>SS</b>         | <b>5</b>    |
| Setuju            | <b>S</b>          | <b>4</b>    |
| Netral            | <b>N</b>          | <b>3</b>    |

|                     |            |          |
|---------------------|------------|----------|
| Tidak Setuju        | <b>TS</b>  | <b>2</b> |
| Sangat tidak setuju | <b>STS</b> | <b>1</b> |

*Tabel 3.1 Skala Likert*

## **E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data**

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Pentingnya penerapan teknik pengambilan data yang tepat sesuai dengan metode penelitian adalah untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan dan hipotesis awal yang telah ditetapkan. Tanpa memahami dengan baik teknik pengumpulan data, peneliti tidak dapat memperoleh data yang memenuhi standar yang telah ditetapkan.<sup>50</sup> Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai standar yang ditetapkan. Dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data sebagai berikut:

#### **a. Observasi**

Observasi adalah suatu aktivitas yang melibatkan perhatian dan pemahaman terhadap proses atau objek tertentu, dengan tujuan untuk merasakan dan memahami fenomena berdasarkan pengetahuan dan konsep yang telah diketahui sebelumnya. Melalui pengamatan, seseorang berusaha untuk mengumpulkan data dan informasi yang akurat tentang objek yang diamati, guna memperoleh wawasan yang lebih dalam dan menyeluruh. Secara sederhana, observasi dapat diartikan sebagai aktivitas mengamati secara langsung suatu objek

<sup>50</sup> Syafrida Hafni Sahir, "Metodologi Penelitian" (Medan: KBM Indonesia, 2021). h. 28.

atau peristiwa untuk mendapatkan sejumlah data dan informasi yang relevan.

#### b. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengirimkan daftar pertanyaan kepada responden untuk mereka diisi. Berdasarkan cara menyusun pertanyaan dalam teknik questioner ini dibagi menjadi dua:

- 1) Kuesioner terbuka, adalah suatu kuesioner dimana pertanyaan-pertanyaan yang dituliskan tidak disediakan jawaban pilihan sehingga responden dapat bebas/terbuka luas untuk menjawabnya sesuai dengan pendapat/pandangan dan pengetahuannya.
- 2) Koesioner tertutup, adalah suatu kuesioner dimana pertanyaan-pertanyaan yang dituliskan telah disediakan jawaban pilihan, sehingga responden hanya perlu memilih salah satu dari jawaban yang telah tersedia.<sup>51</sup>

#### 2. Teknik Pengolahan Data

Kuesioner yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan lima pilihan jawaban menggunakan skala likert dengan *skoring*.

- |   |     |
|---|-----|
| a. Jawaban SS (sangat setuju)/diberi skor | = 5 |
| b. Jawaban S (setuju)/diberi skor         | = 4 |
| c. Jawaban N (netral)/diberi skor         | = 3 |
| d. Jawaban TS (tidak setuju)/diberi skor  | = 2 |

---

<sup>51</sup> Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pascal Books, 2021), h. 192.

- e. Jawaban STS (sangat tidak setuju)/diberi skor = 1

Kegiatan mengolah data dalam penelitian ini meliputi beberapa tahap yaitu:

**a. Proses Editing**

Mengedit adalah memeriksa daftar pernyataan telah diserahkan oleh para pengumpul data. Pada prinsipnya proses editing bertujuan agar data pernyataan yang nanti akan dianalisis telah akurat dan lengkap.

**b. Proses Coding**

Coding adalah mengklasifikasikan jawaban-jawaban dari para responden kedalam kategori-kategori. Klasifikasi bisa dilakukan dengan cara memberi tanda atau kode berbentuk angka pada masing-masing jawaban.

**c. Proses Tabulasi**

Tabulasi adalah pekerjaan membuat tabel. Jawaban-jawaban yang sudah diberi kode kategori jawaban kemudian dimasukan kedalam tabel.

**F. Jenis dan Sumber Data**

**1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam menggunakan skala numerik atau angka. Data kuantitatif adalah data dalam wujud angka

yang merupakan satuan ukuran kuantitatif tertentu dari objek yang diteliti.<sup>52</sup>

## 2. Sumber data

Sumber Data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti dari orang yang terkait, menggunakan metode pengumpulan data asli. Dalam hal ini data yang dimaksud berasal dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden mengenai Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari sumber yang sudah ada. Data ini telah dikumpulkan oleh pihak lain dan telah melalui proses analisis.<sup>53</sup> Dalam penelitian ini, data sekunder diambil dari jurnal, artikel, buku-buku yang relevan, serta sumber lain yang berkaitan dengan variabel yang diteliti dalam hal ini Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap

---

<sup>52</sup> Rahmadi Rahmadi, "Pengantar Metodologi Penelitian" (Banjarmasin: Antasari Press, 2011). h. 74.

<sup>53</sup> Hasan Sulisty Pribadi, "Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten)." (Skripsi UIN SMH Banten, 2022). h. 51.

Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang  
Kabupaten Sidenreng Rappang.

### G. Defenisi Operasional Variabel

Variabel merupakan segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian, dimana didalamnya terdapat faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa yang akan diteliti. Variabel dapat diartikan sebagai sifat yang akan diukur atau diamati yang nilainya bervariasi antara satu objek ke objek lainnya. Variabel adalah segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari guna mendapatkan informasi tentang hal tersebut, yang kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan.<sup>54</sup>

Definisi operasional variabel adalah penjelasan yang menggambarkan secara spesifik bagaimana suatu variabel diukur, diobservasi, atau dioperasikan dalam suatu penelitian atau studi. Variabel dalam penelitian ini dibedakan dalam kategori utama yaitu Variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*dependent Variable*).

Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain dalam suatu penelitian. Variabel bebas adalah variabel yang diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan fenomena yang diamati.<sup>55</sup> Pada penelitian ini Variabel bebasnya yaitu Gaya Hidup (X1), Pendapatan (X2), dan Konformitas (X3).

---

<sup>54</sup> Rafika Ulfa, "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan," *Al-Fathonah* 1, no. 1 (2021): h. 44-45.

<sup>55</sup> Jonathan Sarwono, "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2," (Yogyakarta: Suluh Media, 2018). h. 53-54.

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang menunjukkan reaksi/respons ketika dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas. Pada penelitian ini Variabel terikatnya yaitu Perilaku Konsumsi Irasional masyarakat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat sebagai berikut:

| No. | Variabel            | Definisi Variabel  | Indikator  |
|-----|---------------------|--|--|
| 1.  | Gaya Hidup<br>(X1)  | Gaya hidup adalah cara seseorang menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk kebiasaan, pola pikir, dan aktivitas yang dilakukan secara rutin yang mempengaruhi kesejahteraan seseorang. | 1. Kegiatan ( <i>Activity</i> )<br>2. Minat ( <i>Interest</i> )<br>3. Opini ( <i>Opinion</i> ) |
| 2.  | Pendapatan<br>(X2)  | Pendapatan adalah jumlah uang atau nilai ekonomi yang diperoleh oleh individu, rumah tangga, atau organisasi dari berbagai sumber, seperti gaji, keuntungan usaha, atau investasi.     | 1) Pendapatan yang diterima perbulan<br>1) Pekerjaan<br>2) Beban keluarga yang ditanggung      |
| 3.  | Konformitas<br>(X3) | Konformitas adalah fenomena di mana seseorang atau sekelompok orang mengubah perilaku, keyakinan, atau nilai-nilai mereka untuk sesuai   | 1. Aspek Normatif<br>2. Aspek Informatif   |

|    |                                 |  |  |
|----|---------------------------------|--|--|
|    |                                 | dengan norma-norma sosial yang ada.  |  |
| 4. | Perilaku Konsumsi Irasional (Y) | Perilaku konsumsi irasional adalah tindakan di mana konsumen membeli atau mengonsumsi barang dan jasa tanpa mempertimbangkan secara logis atau rasional manfaat, kebutuhan, atau nilai dari barang atau jasa tersebut. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beli karena iming-iming hadiah</li> <li>2. Beli karena menarik</li> <li>3. Menggunakan untuk menjaga gengsi</li> <li>4. Beli berdasarkan harga</li> <li>5. Beli hanya sekedar menjaga simbol dan status</li> <li>6. Menggunakan karena kesesuaian dengan yang diiklankan</li> <li>7. Menggunakan produk mahal membuat kepercayaan diri yang tinggi</li> <li>8. Mencoba lebih dari dua produk serupa (merek berbeda)</li> </ol> |

Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan sebuah teknik yang membahas terkait proses pengolahan data dan informasi yang sudah didapatkan selama melakukan penelitian untuk mendapatkan hasil dari penelitian tersebut.

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan dan menjelaskan data yang telah terkumpul secara apa adanya, tanpa tujuan membuat kesimpulan umum atau generalisasi.<sup>56</sup>

### 2. Metode Analisis Data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid, seperti pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dapat menggambarkan suatu yang diukur dengan baik hal-hal yang ingin diteliti.<sup>57</sup> Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan *Content Validity* yang dapat menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang diukur dengan menggunakan program SPSS versi 25.

#### b. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau

---

<sup>56</sup>Icam Sutisna, "Statistika Penelitian," (*Universitas Negeri Gorontalo*, 2020): h. 1–15.

<sup>57</sup> Nilda Miftahul Janna and Herianto, "Artikel Statistik Yang Benar," *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047 (2021): h. 1–12.

handal jika jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan dalamnya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu instrumen pengukuran, semakin stabil juga alat pengukur tersebut. Untuk melakukan uji realibilitas, penulis menggunakan rumus metode cronbach's Alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila cronbach's Alpha  $>0,60$ .<sup>58</sup>

Menurut Notoatmodjo, reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa jauh suatu instrumen pengukur dapat dipercaya atau diandalkan, yaitu seberapa konsisten hasilnya jika pengukuran dilakukan berulang-ulang. Instrumen pengukur dikatakan reliabel jika memberikan hasil yang serupa meskipun pengukuran dilakukan berulang kali. Biasanya, uji reliabilitas data dilakukan setelah uji validitas data. Hal ini dikarenakan data yang akan diukur harus valid, dan baru dilanjutkan dengan uji reliabilitas data.<sup>59</sup>

### c. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan tersebut normal atau tidak. Model regresi yang baik ditandai dengan nilai residual yang berdistribusi normal. Salah satu metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression*

---

<sup>58</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT Raja graatfndo Persada, 2008).

<sup>59</sup> Sugiono Sugiono, Noerdjanah Noerdjanah, and Afrianti Wahyu, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation," *Jurnal Keterapian Fisik* 5, no. 1 (2020): 55.

*standardized residual* atau dengan uji *One sample Kolmogorov Smirnov*.

Menurut Ghozali, pengambilan keputusan mengenai uji normalitas menggunakan probability plot dilakukan dengan cara sebagai berikut: Jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, atau grafik histogram menunjukkan distribusi normal, maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data tersebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal, atau grafik histogramnya tidak menunjukkan distribusi yang normal, maka model regresi dianggap tidak memenuhi asumsi normalitas.<sup>60</sup>

Menurut Machali, bahwa tes normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogrov-smirnov* dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Signifikansi  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal.
- b) Signifikansi  $< 0,05$ , maka data tidak berdistribusi secara normal.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah model regresi menunjukkan ketidaksamaan dalam varian dari residual antar pengamatan. Jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut

---

<sup>60</sup> Bagus Nurcahyo and Riskayanto Riskayanto, "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 3, no. 1 (2018): h. 18.

homoskedastisitas, namun jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik diharapkan tidak mengalami heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu:

- a) Jika nilai signifikansi  $> \alpha = 0.05$ , kesimpulannya yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikansi  $< \alpha = 0.05$ , kesimpulannya yaitu terjadi heteroskedastisitas.

### 3) Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi yang kuat antara variabel-variabel bebas dalam sebuah model regresi linear berganda. Dalam melakukan uji multikolinearitas, tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi apakah terdapat masalah multikolinearitas di antara variabel-variabel independen dalam model regresi. Masalah multikolinearitas dapat mempengaruhi kestabilan koefisien regresi, keandalan interpretasi, dan kualitas prediksi model.

#### d. Uji *One Sample T-test*

Uji satu sampel (*one-sample t test*) merupakan prosedur pengujian dimana rata-rata dari suatu kelompok sampel dibandingkan terhadap suatu rata-rata populasi yang dinyatakan oleh peneliti. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah nilai tertentu secara signifikan berbeda atau dari rata-rata sampel. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka

$H_0$  diterima, dan sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak. Rumus Uji *one sampel t-tast* adalah sebagai berikut:<sup>61</sup>

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{s / \sqrt{n}}$$

Keterangan:

$t$  = Koefisien  $t$

$\bar{x}$  = Mean Sampel

$\mu$  = Mean Populasi

$s$  = Standar deviasi sampel

$n$  = banyak sampel

Adapun tabel klasifikasi sebagai berikut:

| Skor     | Klasifikasi  |
|----------|--------------|
| 80 – 100 | Sangat Baik  |
| 66 – 79  | Baik         |
| 56 – 65  | Sedang       |
| 40 – 55  | Buruk        |
| < 39     | Sangat Buruk |

Tabel 3.3 Skor Klasifikasi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009)<sup>62</sup>

#### e. Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Korelasi Pearson, atau dikenal sebagai Korelasi Pearson Product Moment, adalah analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara dua variabel yang memiliki distribusi data yang normal.<sup>63</sup> Analisis korelasi digunakan untuk menilai seberapa

<sup>61</sup> Nuryadi et al., eds., *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017), h.

<sup>62</sup> Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009).

<sup>63</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, h. 103.

erat atau kuat hubungan antara variabel x dengan variabel y. Pengambilan keputusannya adalah jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka terdapat korelasi antar variabel, jika nilai signifikansi  $>$  maka tidak terdapat korelasi. Rumus uji pearson product moment adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara X dan Y

N = Jumlah subjek atau responden

$\sum X$  = Jumlah skor butir pernyataan

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor butir pernyataan

$\sum Y$  = Jumlah skor total pernyataan

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor total pernyataan

$\sum XY$  = Jumlah perkalian X dan Y

Adapun untuk mengetahui hubungan atau korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini :<sup>64</sup>

| Nilai Korelasi | Tingkat Hubungan |
|----------------|------------------|
| 0,80 - 1,000   | Sangat Kuat      |
| 0,60 - 0,799   | Kuat             |
| 0,40 - 0,599   | Cukup Kuat       |
| 0,20 - 0,399   | Lemah            |

<sup>64</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 184.

|              |              |
|--------------|--------------|
| 0,00 - 0,199 | Sangat Lemah |
|--------------|--------------|

Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi

#### f. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah metode regresi yang menghubungkan variabel terikat (Y) dengan lebih dari satu variabel yang merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana. Metode ini digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas. Dengan menganalisis Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas sebagai variabel independen (bebas) dan Perilaku Konsumsi Irasional sebagai variabel dependen (terikat) maka persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y : Perilaku konsumsi

a : Elemen konstanta

$\beta$  : Koefisien regresi variabel independen

X1 : Gaya Hidup

X2 : Pendapatan

X3 : Konformitas

e : Standar eror

#### g. Uji Hipotesis

##### 1) Uji Statistik t (Parsial)

Uji ini dilakukan terhadap data original untuk menguji korelasi antar variabel yang dianalisis, dan untuk mengetahui pengaruh

variabel X (Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas) secara parsial terhadap variabel Y (Perilaku Konsumtif) Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh antara variabel X secara parsial terhadap variabel Y secara signifikan.
- b) Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel, maka  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X secara parsial terhadap variabel Y secara signifikan.

### 2) Uji Statistik F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (dependen).<sup>65</sup> Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut :

- a) Jika nilai sig < 0,05, atau F hitung > F tabel, maka  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh antara variabel X secara simultan terhadap variabel Y secara signifikan.
- b) Jika nilai sig > 0,05, atau F hitung < F tabel, maka  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X secara simultan terhadap variabel Y secara signifikan.

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

Koefisien determinasi ganda (R<sup>2</sup>) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai seberapa besar kontribusi variabel

---

<sup>65</sup> I Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, h. 56.

independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dalam model regresi.<sup>66</sup> Nilai koefisien determinasi ganda ( $R^2$ ) berkisar antara 0 dan 1, di mana  $0 < R^2 < 1$ . Semakin kecil nilai  $R^2$  yang dihasilkan (mendekati nol), semakin kecil kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati satu), semakin besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan banyak informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. Rumus koefisien determinasi ganda adalah sebagai berikut.<sup>67</sup>

$$Kd = R^2 \times 100$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

$R^2$  = Koefisien korelasi

---

<sup>66</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 110.

<sup>67</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2018) h. 284.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Hasil Penelitian

##### 1. Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Karakteristik

Responden yang menjadi sampel didalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Profil responden terdiri dari Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan. Adapun hasilnya dapat dilihat dibawah ini.

##### a. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase |
|---------------|-----------|------------|
| Perempuan     | 69        | 69%        |
| Laki-Laki     | 31        | 31%        |
| Total         | 100       | 100%       |

*Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin*

*Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024*

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa 100 orang responden menjadi sampel dalam penelitian. Responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 69 responden dengan persentase sebesar 69% dan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 31 responden dengan persentase 31 %. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan.

##### b. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

| Usia  | Frekuensi | Persentase |
|-------|-----------|------------|
| 16-20 | 5         | 5%         |
| 21-25 | 57        | 57%        |
| 26-30 | 14        | 14%        |
| 31-35 | 11        | 11%        |
| 36-40 | 8         | 8%         |

|       |     |      |
|-------|-----|------|
| 41-45 | 5   | 5%   |
| Total | 100 | 100% |

*Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia*

*Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024*

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa 100 orang responden menjadi sampel dalam penelitian. Sebanyak 5 responden dengan persentase sebesar 5% berusia antara 16-20 tahun, 57 responden dengan persentase 57% berusia antara 21-25 tahun, 14 responden dengan persentase 14% berusia antara 26-30 tahun, 11 responden dengan persentase 11% berusia antara 31-35 tahun, 8 responden dengan persentase 8% berusia antara 36-40 tahun, 5 responden dengan persentase 5% berusia antara 41-45 tahun. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dari penelitian ini didominasi oleh responden dengan usia antara 21-25 tahun.

c. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

| <b>Pekerjaan</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Persentase</b> |
|------------------|------------------|-------------------|
| Pegawai Swasta   | 8                | 8%                |
| Pegawai Negeri   | 8                | 8%                |
| Wiraswasta       | 57               | 57%               |
| Lainnya          | 27               | 27%               |
| Total            | 100              | 100%              |

*Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan*

*Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024*

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa 100 orang responden menjadi sampel dalam penelitian. Sebanyak 8 responden dengan persentase sebesar 8% bekerja sebagai pegawai swasta, 8 responden dengan persentase 8% bekerja sebagai pegawai negeri, 57 responden dengan persentase 57%

bekerja sebagai wiraswasta dan 27 responden dengan persentase sebesar 27% bekerja atau pekerjaan lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dari penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta.

## 2. Hasil Pengujian Data Instrumen Penelitian

| No. | Gaya Hidup (X1)   | SS<br>5   | S<br>4    | N<br>3    | TS<br>2 | STS<br>1 | Total       |
|-----|---|-----------|-----------|-----------|---------|----------|-------------|
| 1.  | Saya sering menghabiskan waktu luang dengan cara berbelanja           | 12<br>12% | 71<br>71% | 12<br>12% | 5<br>5% | 0<br>0   | 390<br>100% |
| 2.  | Saya membeli sesuatu dengan merek yang sudah terkenal                 | 11<br>11% | 68<br>68% | 17<br>17% | 4<br>4% | 0<br>0   | 386<br>100% |
| 3.  | Saya merasa percaya diri ketika membeli atau menggunakan produk trend | 16<br>16% | 55<br>55% | 27<br>27% | 2<br>2% | 0<br>0   | 385<br>100% |

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Gaya Hidup (X1)

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 distribusi jawaban responden untuk variabel Gaya Hidup (X1) diperoleh data terdiri dari 3 item pernyataan dengan 100 responden. Berikut rinciannya:

- a. Pada pernyataan pertama, terdapat terdapat 12 responden yang menjawab “sangat setuju”, 71 responden yang menjawab “setuju”, 12 responden yang menjawab “netral”, dan 5 responden yang menjawab “tidak setuju”. Total skor pada pernyataan pertama adalah 390, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa sering menghabiskan waktu luangnya dengan cara berbelanja.

- b. Pada pernyataan kedua, terdapat terdapat 11 responden yang menjawab “sangat setuju”, 68 responden yang menjawab “setuju”, 17 responden yang menjawab “netral”, dan 4 responden yang menjawab “tidak setuju”. Total skor pada pernyataan pertama adalah 386, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa membeli sesuatu dengan merek yang sudah terkenal.
- c. Pada pernyataan ketiga, terdapat terdapat 16 responden yang menjawab “sangat setuju”, 55 responden yang menjawab “setuju”, 27 responden yang menjawab “netral”, dan 2 responden yang menjawab “tidak setuju”. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 385, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa membeli sesuatu dengan merek yang sudah terkenal.

| No. | Pendapatan (X2)  | SS<br>5   | S<br>4    | N<br>3    | TS<br>2 | STS<br>1 | Total       |
|-----|--|-----------|-----------|-----------|---------|----------|-------------|
| 1.  | Saya selalu rutin menerima pendapatan setiap bulannya  | 17<br>17% | 49<br>49% | 25<br>25% | 9<br>9% | 0<br>0   | 374<br>100% |
| 2.  | Pendapatan yang saya terima bersumber dari pekerjaan yang saya lakukan                                   | 26<br>26% | 63<br>63% | 8<br>8%   | 3<br>3% | 0<br>0   | 412<br>100% |
| 3.  | Bertambahnya pedapatan dan banyaknya jumlah anggota keluarga membuat pengeluaran konsumsi saya meningkat | 18<br>18% | 70<br>70% | 11<br>11% | 1<br>1% | 0<br>0   | 407<br>100% |

Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Pendapatan (X2)

Sumber data: diolah dengan IBM SPSS 25,2024

Berdasarkan tabel 4.5 distribusi jawaban responden untuk variabel Pendapatan (X2) diperoleh data terdiri dari 3 item pernyataan dengan 100 responden. Berikut rinciannya:

- a. Pada pernyataan pertama, terdapat terdapat 17 responden yang menjawab “sangat setuju”, 49 responden yang menjawab “setuju”, 25 responden yang menjawab “netral”, dan 9 responden yang menjawab “tidak setuju”. Total skor pada pernyataan pertama adalah 374 , dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa selalu rutin menerima pendapatan setiap bulannya.
- b. Pada pernyataan kedua, terdapat terdapat 26 responden yang menjawab “sangat setuju”, 63 responden yang menjawab “setuju”, 8 responden yang menjawab “netral”, dan 3 responden yang menjawab “tidak setuju”. Total skor pada pernyataan kedua adalah 412, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa pendapatan yang diterima bersumber dari pekerjaan yang saya lakukan.
- c. Pada pernyataan ketiga, terdapat terdapat 18 responden yang menjawab “sangat setuju”, 70 responden yang menjawab “setuju”, 11 responden yang menjawab “netral”, dan 1 responden yang menjawab “tidak setuju”. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 407, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa Bertambahnya pedapatan dan banyaknya jumlah anggota keluarga membuat pengeluaran konsumsi meningkat.

| No. | Konformitas (X3)  | SS<br>5   | S<br>4    | N<br>3    | TS<br>2   | STS<br>1 | Total       |
|-----|---|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-------------|
| 1.  | Agar dapat menjadi bagian dari kelompok, saya akan membeli barang yang disenangi/disetujui oleh teman kelompok saya | 7<br>7%   | 47<br>47% | 32<br>32% | 12<br>12% | 2<br>2%  | 345<br>100% |
| 2.  | Saya mengikuti kegiatan karena teman kelompok saya juga mengikutinya  | 4<br>4%   | 69<br>69% | 18<br>18% | 7<br>7%   | 2<br>2%  | 366<br>100% |
| 3.  | Saya membeli barang atas saran dan informasi yang diberikan dari teman mengenai barang tersebut.                    | 43<br>43% | 49<br>49% | 5<br>5%   | 2<br>2%   | 1<br>1%  | 431<br>100% |
| 4.  | Saya akan membeli barang yang sedang digemari saat ini  | 11<br>11% | 65<br>65% | 20<br>20% | 3<br>3%   | 1<br>1%  | 382<br>100% |

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Konformitas (X3)

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 distribusi jawaban responden untuk variabel Konformitas (X3) diperoleh data terdiri dari 4 item pernyataan dengan 100 responden. Berikut rinciannya:

- a. Pada pernyataan pertama, terdapat 7 responden yang menjawab “sangat setuju”, 47 responden yang menjawab “setuju”, 32 responden yang menjawab “netral”, 12 responden yang menjawab “tidak setuju”, dan 2 rsponden yang menjawab “sangat tidak setuju”. Total skor pada pernyataan pertama adalah 345, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa agar dapat menjadi bagian dari kelompok, saya akan membeli barang yang disenangi/disetujui oleh teman kelompoknya.

- b. Pada pernyataan kedua, terdapat 4 responden yang menjawab “sangat setuju”, 69 responden yang menjawab “setuju”, 18 responden yang menjawab “netral”, 7 responden yang menjawab “tidak setuju”, dan 2 responden yang menjawab “sangat tidak setuju”. Total skor pada pernyataan kedua adalah 366, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mengikuti kegiatan karena teman kelompoknya juga mengikutinya.
- c. Pada pernyataan ketiga, terdapat 43 responden yang menjawab “sangat setuju”, 49 responden yang menjawab “setuju”, 5 responden yang menjawab “netral”, 2 responden yang menjawab “tidak setuju”, dan 1 yang menjawab “sangat tidak setuju”. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 431, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa membeli barang atas saran dan informasi yang diberikan dari teman mengenai barang tersebut.
- d. Pada pernyataan keempat, terdapat 11 responden yang menjawab “sangat setuju”, 65 responden yang menjawab “setuju”, 20 responden yang menjawab “netral”, 3 responden yang menjawab “tidak setuju”, dan 1 responden yang menjawab “sangat tidak setuju”. Total skor pada pernyataan keempat adalah 382, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa membeli barang yang sedang digemari saat ini.

| No. | Perilaku Konsumsi Irasional (Y)                 | SS<br>5   | S<br>4    | N<br>3  | TS<br>2 | STS<br>1 | Total       |
|-----|---|-----------|-----------|---------|---------|----------|-------------|
| 1.  | Saya akan membeli suatu produk apabila disertai | 45<br>45% | 51<br>51% | 3<br>3% | 1<br>1% | 0<br>0   | 440<br>100% |

|    |  |           |           |           |           |         |             |
|----|--|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|-------------|
|    | dengan potongan harga dan pemberian hadiah (bonus) tertentu  |           |           |           |           |         |             |
| 2. | Saya langsung membeli produk yang menurut saya menarik dan terbaru (tren)  | 11<br>11% | 57<br>57% | 26<br>26% | 6<br>6%   | 0<br>0  | 373<br>100% |
| 3. | Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya terlihat keren dan fashionable   | 23<br>23% | 61<br>61% | 15<br>15% | 1<br>1%   | 0<br>0  | 406<br>100% |
| 4. | Saya membeli produk berdasarkan pertimbangan harga, bukan atas dasar manfaat atau fungsi barang tersebut   | 6<br>6%   | 71<br>71% | 11<br>11% | 12<br>12% | 0<br>0  | 371<br>100% |
| 5. | Saya lebih memperhatikan aspek gaya dalam memutuskan pembelian produk  | 6<br>6%   | 62<br>62% | 25<br>25% | 7<br>7%   | 0<br>0  | 367<br>100% |
| 6. | Saya tertarik memakai suatu produk karena artis (tokoh terkenal) yang memakai produk tersebut cocok  | 5<br>5%   | 53<br>58% | 31<br>31% | 8<br>8%   | 3<br>3% | 349<br>100% |
| 7. | Saya merasa senang ketika memakai barang dengan merek mahal  | 12<br>12% | 58<br>58% | 23<br>23% | 5<br>5%   | 2<br>2% | 373<br>100% |
| 8. | Saya menggunakan lebih dari satu barang sejenis dengan merek yang berbeda (seperti: make up, tas, sepatu, sandal, memakai 2 gadget, dan lain-lain) | 20<br>20% | 69<br>69% | 10<br>10% | 1<br>1%   | 0<br>0  | 408<br>100% |

Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumsi Irasional (Y)

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 distribusi jawaban responden untuk variabel Perilaku Konsumsi (Y) diperoleh data terdiri dari 8 item pernyataan dengan 100 responden. Berikut rinciannya:

- a. Pada pernyataan pertama, terdapat 45 responden yang menjawab “sangat setuju”, 51 responden yang menjawab “setuju”, 3 responden yang

- menjawab “netral”, dan 1 responden yang menjawab “tidak setuju. Total skor pada pernyataan pertama adalah 440, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa akan membeli suatu produk apabila disertai dengan potongan harga dan pemberian hadiah (bonus) tertentu.
- b. Pada pernyataan kedua, terdapat 11 responden yang menjawab “sangat setuju”, 57 responden yang menjawab “setuju”, 26 responden yang menjawab “netral”, dan 6 responden yang menjawab “tidak setuju. Total skor pada pernyataan kedua adalah 373, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa langsung membeli produk yang menurutnya menarik dan terbaru (tren).
- c. Pada pernyataan ketiga, terdapat 23 responden yang menjawab “sangat setuju”, 61 responden yang menjawab “setuju”, 15 responden yang menjawab “netral”, dan 1 responden yang menjawab “tidak setuju. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 406 , dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa suka membeli produk yang membuat penampilannya terlihat keren dan fashionable.
- d. Pada pernyataan keempat, terdapat 6 responden yang menjawab “sangat setuju”, 71 responden yang menjawab “setuju”, 11 responden yang menjawab “netral”, dan 12 responden yang menjawab “tidak setuju”. Total skor pada pernyataan keempat adalah 371, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa

membeli produk berdasarkan pertimbangan harga, bukan atas dasar manfaat atau fungsi barang tersebut.

- e. Pada pernyataan kelima, terdapat 6 responden yang menjawab “sangat setuju”, 62 esponden yang menjawab “setuju”, 25 responden yang menjawab “netral”, dan 7 responden yang menjawab “tidak setuju”. Total skor pada pernyataan kelima adalah 367 , dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa lebih memperhatikan aspek gaya dalam memutuskan pembelian produk.
- f. Pada pernyataan keenam, terdapat 5 responden yang menjawab “sangat setuju”, 53 responden yang menjawab “setuju”, 31 responden yang menjawab “netral”, 8 responden yang menjawab “tidak setuju”, dan 3 responden yang menjawab “sangat tidak setuju”. Total skor pada pernyataan keenam adalah 349, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa tertarik memakai suatu produk karena artis (tokoh terkenal) yang memakai produk tersebut cocok .
- g. Pada pernyataan ketujuh, terdapat 12 responden yang menjawab “sangat setuju”, 58 responden yang menjawab “setuju”, 23 responden yang menjawab “netral”, 5 responden yang menjawab “tidak setuju”, dan 2 responden yang menjawab “sangat tidak setuju”. Total skor pada pernyataan ketujuh adalah 373, dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa senang ketika memakai barang dengan merek mahal.

- h. Pada pernyataan kedelapan, terdapat 20 responden yang menjawab “sangat setuju”, 69 responden yang menjawab “setuju”, 10 responden yang menjawab “netral”, dan 1 responden yang menjawab “tidak setuju”. Total skor pada pernyataan kedelapan adalah 408 , dimana didominasi dengan jawaban “setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa menggunakan lebih dari satu barang sejenis dengan merek yang berbeda (seperti: make up, tas, sepatu, sandal, memakai 2 gadget, dan lain-lain).

## B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, dan nilai minimum.

| No. | Variabel                    | N   | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
|-----|-----------------------------|-----|---------|---------|-------|----------------|
| 1.  | Gaya Hidup                  | 100 | 6       | 15      | 11.61 | 1.644          |
| 2.  | Pendapatan                  | 100 | 6       | 15      | 11.91 | 1.602          |
| 3.  | Konformitas                 | 100 | 8       | 20      | 15.24 | 2.309          |
| 4.  | Perilaku Konsumsi Irasional | 100 | 17      | 40      | 30.87 | 3.886          |
|     | Valid N (listwise)          | 100 |         |         |       |                |

*Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif*

*Sumber Data : Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024*

Dari tabel 4.8 dilihat bahwa penelitian ini menggunakan 3 Variabel Independen (X) dan 1 Variabel Dependen (Y), yaitu Gaya Hidup=X1, Pendapatan=X2, Konformitas=X3, dan Perilaku Konsumsi Irasional=Y. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil uji deskriptif di atas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapatkan oleh peneliti adalah:

- a. Nilai minimal variabel X1 yaitu 6, nilai maksimal 15, nilai rata-ratanya 11.6 dan standar deviasinya yaitu 1.644.
- b. Nilai minimal variabel X2 yaitu 6, nilai maksimal 15, nilai rata-ratanya 11.91 dan standar deviasinya yaitu 1.602.
- c. Nilai minimal variabel X3 yaitu 8, nilai maksimal 20, nilai rata-ratanya 15.24 dan standar deviasinya yaitu 2.309.
- d. Nilai minimal variabel Y yaitu 17, nilai maksimal 40, nilai rata-ratanya 30.87 dan standar deviasinya yaitu 3.886.

## 2. Uji Validitas

Sebuah instrumen penelitian valid jika mampu mengukur apa yang hendak dari variabel yang diteliti. Untuk mengukur validitas dapat digunakan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dimana:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pernyataan dikatakan valid
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pernyataan dikatakan tidak valid

Dan dinyatakan valid Apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% (0.05).

Dalam penelitian ini besar df (*degree of freedom*) yaitu 98 dengan rumus  $df = N - 2$  dimana  $N$  = jumlah sampel dalam penelitian ini (100 sampel) jadi,  $df = (100 - 2) = 98$ . dengan taraf signifikansi 0,05 untuk uji dua arah, maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  0,1966. Jadi, apabila hasil dari  $r_{hitung}$  tiap item pernyataan melebihi angka 0,1966 maka item pernyataan yang digunakan

dalam penelitian ini dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas disajikan dalam tabel berikut :

| Variabel         | No. Item Pernyataan | Nilai $r_{hitung}$ | Nilai $r_{tabel}$ | Nilai Signifikansi | Keterangan |
|------------------|---------------------|--------------------|-------------------|--------------------|------------|
| Gaya Hidup (X1)  | 1                   | 0,830              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
|                  | 2                   | 0,844              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
|                  | 3                   | 0,780              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
| Pendapatan (X2)  | 1                   | 0,822              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
|                  | 2                   | 0,790              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
|                  | 3                   | 0,652              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
| Konformitas (X3) | 1                   | 0,771              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
|                  | 2                   | 0,846              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
|                  | 3                   | 0,623              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
|                  | 4                   | 0,763              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel X

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel X, dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dari jumlah 10 item pernyataan yang terdapat dalam kuisioner. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuisioner tersebut dinyatakan Valid.

| Variabel                       | No. Item Pernyataan | Nilai $r_{hitung}$ | Nilai $r_{tabel}$ | Nilai Signifikansi | Keterangan |
|--------------------------------|---------------------|--------------------|-------------------|--------------------|------------|
| Perilaku Konsumsi Irasional(Y) | 1                   | 0,367              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
|                                | 2                   | 0,792              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
|                                | 3                   | 0,672              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |
|                                | 4                   | 0,761              | 0,1966            | 0,0000             | Valid      |

|  |   |       |        |        |       |
|--|---|-------|--------|--------|-------|
|  | 5 | 0,763 | 0,1966 | 0,0000 | Valid |
|  | 6 | 0,745 | 0,1966 | 0,0000 | Valid |
|  | 7 | 0,748 | 0,1966 | 0,0000 | Valid |
|  | 8 | 0,529 | 0,1966 | 0,0000 | Valid |

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel Y, dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dari jumlah 8 item pernyataan yang terdapat dalam kuisioner. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuisioner tersebut dinyatakan Valid.

### 3. Uji Reliabilitas

Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan nilai *Cronbach Alpha*, Kriteria yang digunakan adalah;

- Jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
- Jika nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,60$  maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.

| No. | Variabel         | Nilai alpha Cronbach | Nilai reliabilitas | Keterangan |
|-----|------------------|----------------------|--------------------|------------|
| 1.  | Gaya Hidup (X1)  | 0,751                | 0,60               | Reliabel   |
| 2.  | Pendapatan (X2)  | 0,623                | 0,60               | Reliabel   |
| 3.  | Konformitas (X3) | 0,739                | 0,60               | Reliabel   |

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji Reliabilitas Varibel X didapatkan nilai Varibel X1 = 0,751, Varibel X2 = 0,623 dan Varibel X3 = 0,739 dimana nilai

tersebut lebih besar dari nilai 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen variabel X dalam penelitian ini Reliabel.

| Variabel                        | Nilai alpha cronbach | Nilai reliabilitas | Keterangan |
|---------------------------------|----------------------|--------------------|------------|
| Perilaku Konsumsi Irasional (Y) | 0,834                | 0,60               | Reliabel   |

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji Reliabilitas Variabel Y didapatkan nilai Variabel Y= 0,834 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen variabel Y dalam penelitian ini Reliabel.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas adalah uji prasyarat yang dilakukan sebelum analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan.

##### 1) Uji Kolmogorov – Smirnov

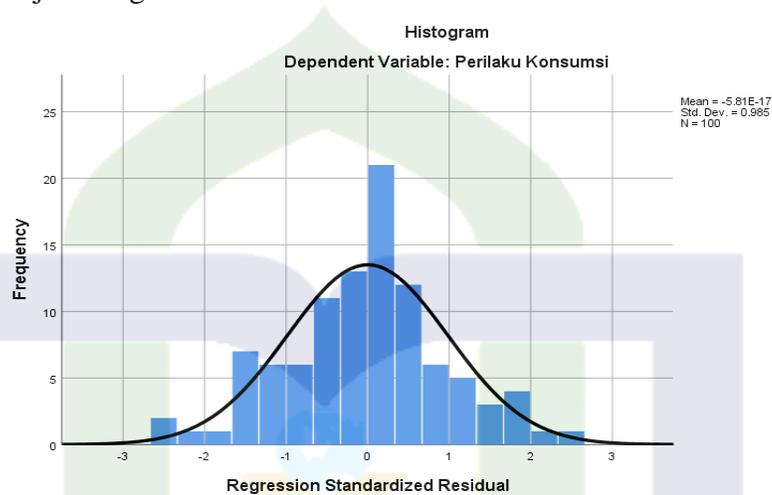
|                                  |                          | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| N                                |                          | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean                     | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation           | 2.29971505              |
|                                  | Most Extreme Differences |                         |
| Absolute                         |                          | .076                    |
| Positive                         |                          | .059                    |
| Negative                         |                          | -.076                   |
| Test Statistic                   |                          | .076                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                          | .171 <sup>c</sup>       |

Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji kolmogorov didapatkan nilai  $0,171 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel berdistribusi secara normal.

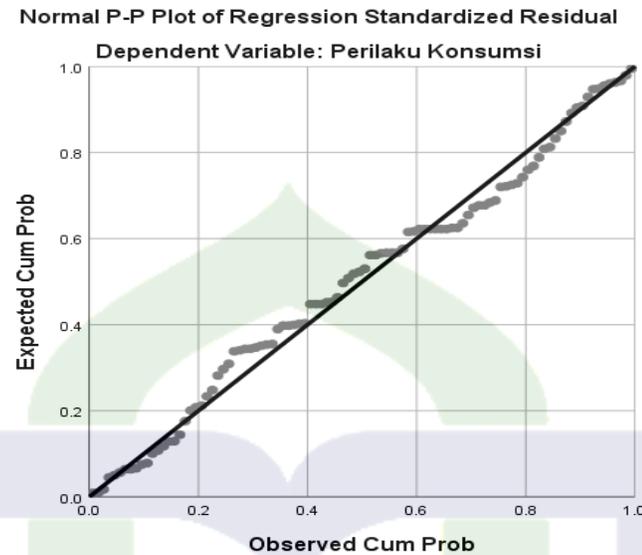
## 2) Uji Histogram



*Gambar 4.1 Hasil Uji Histogram  
Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25,2024*

Berdasarkan gambar 4.1 hasil uji histogram di atas menggambarkan pola distribusi yang tidak menceng ke kanan dan ke kiri, tetapi tepat di tengah seperti bentuk lonceng sehingga ditarik kesimpulan bahwa variabel berdistribusi secara normal.

## 3) Uji Grafik P-Plot



Gambar 4.2 Hasil Uji Grafik P-Plot

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan gambar 4.2 hasil uji grafik P-Plot diatas dapat dilihat titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, sehingga ditarik kesimpulan bahwa variabel berdistribusi secara normal.

## b. Uji Multikolonieritas

| Model       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
|             | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       | Toleran                 | VIF   |
| Konstanta   | 4,103                       | 2,381      |                           | 1,723 | 0,088 |                         |       |
| Gaya Hidup  | 0,619                       | 0,164      | 0,262                     | 3,780 | 0,000 | 0,759                   | 1,317 |
| Pendapatan  | 0,321                       | 0,148      | 0,132                     | 2,164 | 0,033 | 0,973                   | 1,027 |
| Konformitas | 1,034                       | 0,116      | 0,614                     | 8,895 | 0,000 | 0,765                   | 1,308 |

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas

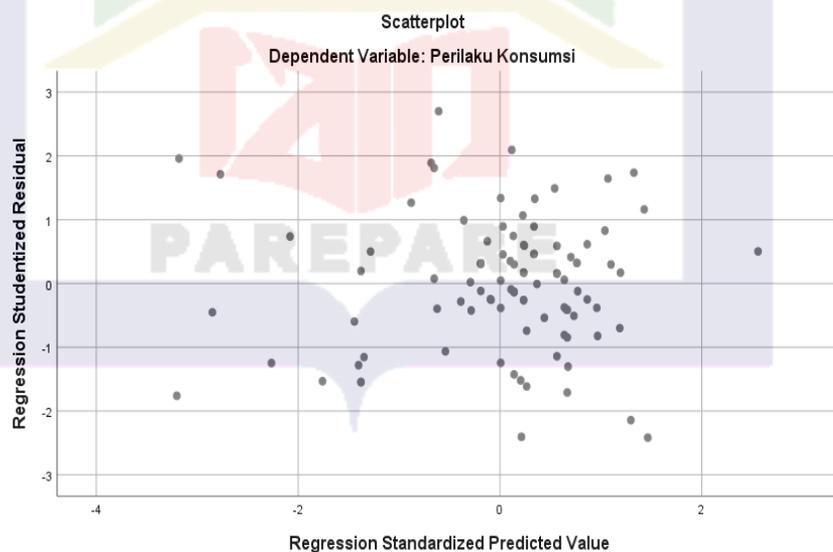
Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa:

- 1) Nilai VIF Variabel Gaya Hidup (X1) adalah  $1,317 < 10$  dan nilai tolerance value  $0,759 > 0,1$  maka data tersebut tidak terjadi multikolonieritas.
- 2) Nilai VIF Variabel Pendapatan (X2) adalah  $1,027 < 10$  dan nilai tolerance value  $0,973 > 0,1$  maka data tersebut tidak terjadi multikolonieritas.
- 3) Nilai VIF Variabel Konformitas (X3) adalah  $1,308 < 10$  dan nilai tolerance value  $0,765 > 0,1$  maka data tersebut tidak terjadi multikolonieritas.

Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel X di atas tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar diseluruh bagian grafik, sehingga ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 5. Uji *One Sample T-test*

Uji *one sample t test* adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa baik setiap variabel yang digunakan dalam sebuah penelitian. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah nilai tertentu berbeda secara signifikan atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Namun ada juga yang berpendapat bahwa Uji-t satu sampel (*one sample t-test*) merupakan prosedur pengujian untuk sampel tunggal dengan mekanisme kerja yaitu rata-rata suatu variabel tunggal dibandingkan dengan suatu nilai konstanta tertentu. Adapun dasar pengambilan keputusan uji One Sample t-Test dapat dilakukan dengan cara:

- a. Membandingkan nilai signifikansi dengan 0,05
  - 1) Jika nilai sig. < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
  - 2) Jika nilai sig. > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- b. Membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ 
  - 1) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Maka  $H_0$  ditolak
  - 2) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  Maka  $H_0$  diterima

Adapun untuk mengetahui besaran nilai *test value* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}}$$

Keterangan:

Skor aktual = jumlah skor jawaban responden

Skor ideal = jumlah skor maksimum (jumlah responden  $\times$  pertanyaan  $\times$  5)

Adapun tabel klasifikasi sebagai berikut:

| Skor     | Klasifikasi  |
|----------|--------------|
| 80 – 100 | Sangat Baik  |
| 66 – 79  | Baik         |
| 56 – 65  | Sedang       |
| 40 – 55  | Buruk        |
| < 39     | Sangat Buruk |

Tabel 4.15 skor klasifikasi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009)<sup>68</sup>

a. Hasil Uji *One Sample T-test* Variabel Gaya Hidup (X1)

| One-Sample Test |                 |    |                 |                 |   |          |
|-----------------|-----------------|----|-----------------|-----------------|---|----------|
|                 | Test Value = 77 |    |                 |                 |   |          |
|                 | T               | Df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |          |
|                 |                 |    |                 |                 | Lower                                     | Upper    |
| Gaya Hidup      | -397.587        | 99 | .000            | -65.39000       | -65.7163                                  | -65.0637 |

Tabel 4.16 Hasil Uji *One Sample T-test* Variabel Gaya Hidup (X1)

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil uji one sampel t- test pada tabel diatas dengan jumlah *test value* sebesar 77 dan tingkat kepercayaan 95%. Dilihat nilai  $t_{hitung}$  variabel gaya hidup (X1) sebesar -397,587 dan nilai  $t_{tabel}$  yang diperoleh dari  $dk = n-1$  ( $100 - 1 = 99$ ) dengan taraf signifikansi 0,05, maka  $t_{hitung}$  sebesar 0,166. Nilai  $t_{hitung}$  ( $-397,587$ ) <  $t_{tabel}(0,166)$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dengan demikian bahwa gaya hidup “paling tinggi 77% dari nilai ideal” tidak dapat diterima. Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 3 pertanyaan adalah 1500 sedangkan skor aktual yaitu 1161 atau 77,4% dari skor ideal 1500. Sehingga gaya hidup berada pada kategori baik.

<sup>68</sup> Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009).

b. Hasil Uji *One Sample T-test* Variabel Pendapatan (X2)

| One-Sample Test |                 |    |                 |                 |   |          |
|-----------------|-----------------|----|-----------------|-----------------|---|----------|
|                 | Test Value = 79 |    |                 |                 |   |          |
|                 | T               | Df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |          |
|                 |                 |    |                 |                 | Lower                                     | Upper    |
| Pendapatan      | -418.693        | 99 | .000            | -67.09000       | -67.4079                                  | -66.7721 |

Tabel 4.17 Hasil Uji *One Sample T-test* Variabel Pendapatan (X2)

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil uji one sampel t- test pada tabel diatas dengan jumlah *test value* sebesar 79 dan tingkat kepercayaan 95%. Dilihat nilai  $t_{hitung}$  variabel pendapatan (X2) sebesar -418,693 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 0,166. Maka nilai  $t_{hitung} (-418,693) < t_{tabel}(0,166)$ , sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dengan demikian bahwa pendapatan “paling tinggi 79% dari nilai ideal” tidak dapat diterima. Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 3 pertanyaan adalah 1500 sedangkan skor aktual yaitu 1191 atau 79,4% dari skor ideal 1500. Sehingga pendapatan berada pada kategori baik.

c. Hasil Uji *One Sample T-test* Variabel Konformitas (X3)

| One-Sample Test |                 |    |                 |                 |   |          |
|-----------------|-----------------|----|-----------------|-----------------|---|----------|
|                 | Test Value = 76 |    |                 |                 |   |          |
|                 | T               | Df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |          |
|                 |                 |    |                 |                 | Lower                                     | Upper    |
| Konformitas     | -263.039        | 99 | .000            | -60.76000       | -61.2183                                  | -60.3017 |

Tabel 4.18 Hasil Uji *One Sample T-test* Variabel Konformitas (X3)

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil uji one sampel t- test pada tabel diatas dengan jumlah *test value* sebesar 76 dan tingkat kepercayaan 95%. Dilihat nilai  $t_{hitung}$  variabel konformitas (X3) sebesar -263.039 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar

0,166. Maka nilai  $t_{hitung}$  (-263.039) <  $t_{tabel}$ (0,166), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dengan demikian bahwa konformitas “paling tinggi 76% dari nilai ideal” tidak dapat diterima. Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 4 pertanyaan adalah 2000 sedangkan skor aktual yaitu 1524 atau 76,2% dari skor ideal 2000. Sehingga konformitas berada pada kategori baik.

d. Hasil Uji *One Sample T-test* Variabel Perilaku Konsumsi Irasional (Y)

| One-Sample Test             |          |    |                 |                 |   |          |
|-----------------------------|----------|----|-----------------|-----------------|---|----------|
| Test Value = 77             |          |    |                 |                 |   |          |
|                             | T        | Df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |          |
|                             |          |    |                 |                 | Lower                                     | Upper    |
| Perilaku Konsumsi Irasional | -118.696 | 99 | .000            | -46.13000       | -46.9011                                  | -45.3589 |

Tabel 4.19 Hasil Uji *One Sample T-test* Perilaku Konsumsi Irasional (Y)

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil uji one sampel t- test pada tabel diatas dengan jumlah *test value* sebesar 77 dan tingkat kepercayaan 95%. Dilihat nilai  $t_{hitung}$  variabel perilaku konsumsi (Y) sebesar -118,696 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 0,166. Maka nilai  $t_{hitung}$  (-118,696) <  $t_{tabel}$ (0,166), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dengan demikian bahwa perilaku konsumsi irasional “paling tinggi 77% dari nilai ideal” tidak dapat diterima. Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 8 pertanyaan adalah 4000 sedangkan skor aktual yaitu 3087 atau 77,1% dari skor ideal 4000. Sehingga perilaku konsumsi berada pada kategori baik.

## 6. Uji Korelasi Pearson Product Moment

Uji ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini yaitu apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka terdapat hubungan atau korelasi sedangkan jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka tidak terdapat hubungan atau korelasi.

Adapun untuk mengetahui hubungan atau korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini :<sup>69</sup>

| Nilai Korelasi | Tingkat Hubungan |
|----------------|------------------|
| 0,80 - 1,000   | Sangat Kuat      |
| 0,60 - 0,799   | Kuat             |
| 0,40 - 0,599   | Cukup Kuat       |
| 0,20 - 0,399   | Lemah            |
| 0,00 - 0,199   | Sangat Lemah     |

Tabel 4.20 Interpretasi Koefisien Korelasi

| Variabel    | Pearson Correlation | Sig.  |
|-------------|---------------------|-------|
| Gaya Hidup  | 0,578               | 0,000 |
| Pendapatan  | 0,250               | 0,012 |
| Konformitas | 0,757               | 0,000 |

Tabel 4.21 Hasil Uji Korelasi Person Product Moment

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa :

<sup>69</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 184.

- a. Variabel gaya hidup (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya terdapat korelasi positif antara variabel gaya hidup (X1) dengan variabel perilaku konsumsi irasional (Y). Sedangkan nilai *pearson correlation* atau nilai korelasi sebesar 0,578, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara variabel gaya hidup (X1) terhadap variabel perilaku konsumsi irasional (Y) adalah sedang.
- b. Variabel pendapatan (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,012 < 0,05$ , artinya terdapat korelasi positif antara variabel pendapatan (X2) dengan variabel perilaku konsumsi irasional (Y). Sedangkan nilai *pearson correlation* atau nilai korelasi sebesar 0,250, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara variabel pendapatan (X2) terhadap variabel perilaku konsumsi irasional (Y) adalah lemah.
- c. Variabel konformitas (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya terdapat korelasi positif antara variabel konformitas (X3) dengan variabel perilaku konsumsi irasional (Y). Sedangkan nilai *pearson correlation* atau nilai korelasi sebesar 0,757, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara variabel konformitas (X3) terhadap variabel perilaku konsumsi irasional (Y) adalah kuat.

### 7. Uji Regresi Linear Berganda

| Model      | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.               |
|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| Regression | 971.730        | 3  | 323.910     | 59.390 | 0,000 <sup>b</sup> |
| Residual   | 523.580        | 96 | 5.454       |        |                    |
| Total      | 1495.310       | 99 |             |        |                    |

Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.22 hasil uji regresi linear berganda diketahui nilai F hitung 59,390 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi adanya pengaruh variabel Gaya Hidup (X1), Pendapatan (X2), dan Konformitas (X3) terhadap variabel Perilaku Konsumsi Irasional (Y).

| No. | Model       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Signifikan |
|-----|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------------|
|     |             | B                           | Std. Error | Beta                      |       |            |
| 1.  | Konstanta   | 4.103                       | 2.381      |                           | 1.723 | 0.088      |
| 2.  | Gaya Hidup  | 0.619                       | 0.164      | 0.262                     | 3.780 | 0.000      |
| 3.  | Pendapatan  | 0.321                       | 0.148      | 0.132                     | 2.164 | 0.033      |
| 4.  | Konformitas | 1.034                       | 0.116      | 0.614                     | 8.895 | 0.000      |

Tabel 4.23 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 25,2024

Berdasarkan tabel 4.23 didapatkan informasi tentang rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 4,103 + 0,619X_1 + 0,321X_2 + 1,034X_3$$

Hasil dari analisis tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta diatas sebesar 4,103 angka tersebut menunjukkan bahwa jika X1 (Gaya Hidup), X2 (Pendapatan), dan X3 (Konformitas) konstan (tidak mengalami perubahan), maka perilaku konsumsi irasional adalah sebesar 4,103 .
- X1 (Gaya Hidup) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,619. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan Gaya Hidup sebesar 1% maka

perilaku konsumsi irasional juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya 0,619 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

- c. X<sub>2</sub> (Pendapatan) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,321. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan Pendapatan sebesar 1% maka minat beli konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya 0,321 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- d. X<sub>3</sub> (Konformitas) menunjukkan nilai koefisien sebesar 1.034. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan Konformitas sebesar 1% maka minat beli konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya 1.034 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

### C. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah menguji dan membuktikan jawaban sementara atau hipotesis penelitian terhadap masalah yang masih bersifat praduga. Didalam penelitian ini terdapat 8 hipotesis dimana hipotesis  $H_0$  berarti hipotesis ditolak atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan hipotesis  $H_a$  berarti hipotesis diterima atau terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

#### 1. Uji Statistik T (Parsial)

Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh antara variabel X secara parsial terhadap variabel Y secara signifikan.
- b. Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel, maka  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X secara parsial terhadap variabel Y secara signifikan.

Sebelum melakukan pengujian Hipotesis, terlebih dulu menentukan nilai t tabel dengan rumus:

$$t \text{ tabel} = (a/2 : n-k-1)$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Varibel X

Nilai t tabel = (0,05/2 : 100-3-1)

= (0,025 : 96)

Nilai t tabel = 1,98498 pada tabel Nilai t table

| No. | Model       | Unstandardized Coefficients |            | Standarized Coefficients | T     | Signifikan |
|-----|-------------|-----------------------------|------------|--------------------------|-------|------------|
|     |             | B                           | Std. Error | Beta                     |       |            |
| 1.  | Konstanta   | 4,103                       | 2,381      |                          | 1,723 | 0,088      |
| 2.  | Gaya Hidup  | 0,619                       | 0,164      | 0,262                    | 3,780 | 0,000      |
| 3.  | Pendapatan  | 0,321                       | 0,148      | 0,132                    | 2,164 | 0,033      |
| 4.  | Konformitas | 1,034                       | 0,116      | 0,614                    | 8,895 | 0,000      |

Tabel 4.24 Hasil Uji Statistik T (Parsial)

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.24 maka pengujian hipotesis untuk variabel Gaya Hidup (X1), Pendapatan (X2) dan Konformitas (X3) adalah:

1) Pengujian hipotesis pertama ( $H_1$ )

$H_0$  : Variabel gaya hidup tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

$H_1$  : Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,780 >$  nilai t tabel  $1,984$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

2) Pengujian hipotesis kedua ( $H_2$ )

$H_0$  : Variabel pendapatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

$H_2$  : Variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,033 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,164 >$  nilai t tabel  $1,984$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel pendapatan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional (Y) Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

### 3) Pengujian Hipotesis ketiga ( $H_3$ )

$H_0$  : Variabel konformitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

$H_3$  : Variabel konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $8,895 >$  nilai t tabel  $1,984$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel konformitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional (Y) Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

## 2. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan secara bersama-sama untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig < 0,05, atau F hitung > F tabel, maka  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh antara variabel X secara simultan terhadap variabel Y secara signifikan.
- b. Jika nilai sig > 0,05, atau F hitung < F tabel, maka  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X secara simultan terhadap variabel Y secara signifikan.

Sebelum melakukan pengujian Hipotesis, terlebih dulu menentukan nilai F tabel dengan rumus:

$$F \text{ tabel} = (k ; n-k)$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel X

Nilai F tabel = (3 ; 100-3)

= (3 ; 97)

Nilai F tabel = 2,701 pada tabel nilai F tabel

| Model      | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.               |
|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| Regression | 971.730        | 3  | 323.910     | 59.390 | 0,000 <sup>b</sup> |
| Residual   | 523.580        | 96 | 5.454       |        |                    |
| Total      | 1495.310       | 99 |             |        |                    |

Tabel 4.25 Hasil Uji Statistik F (Simultan)

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Pengujian Hipotesis keempat ( $H_4$ )

$H_0$ : Variabel gaya hidup, pendapatan, dan konformitas tidak berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap perilaku

konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

H<sub>4</sub>: Variabel gaya hidup, pendapatan, dan konformitas berpengaruh secara bersama-sama (simultan) perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

Berdasarkan output pada tabel 4.25 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $59,390 >$  nilai F tabel  $2,701$  yang berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>4</sub> diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel Gaya Hidup (X<sub>1</sub>), Pendapatan (X<sub>2</sub>) dan Konformitas (X<sub>3</sub>) secara bersama-sama (simultan) terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

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

Uji koefisien determinasi R<sup>2</sup> dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar dan penting kontribusi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai R<sup>2</sup> mempunyai interval antara 0 sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Semakin besar R<sup>2</sup> mendekati 1, maka semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil yang diolah oleh peneliti adalah sebagai berikut:

| Model | R                  | R Square | Adjusted R Square | Std. Error Of The Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | 0,806 <sup>a</sup> | 0,650    | 0,639             | 2,335                      |

Tabel 4.26 Hasil Uji R2 (Koefisien Determinasi)

Sumber Data: Diolah dengan IBM SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.26 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan R Square sebesar 0,650 atau 65%. Artinya bahwa perilaku konsumsi irasional dapat dijelaskan oleh variabel gaya hidup, pendapatan, dan konformitas pada Masyarakat Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidenreng Rappang sebesar 65% sedangkan sisanya sebesar (100%-65%) 35% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisa data penelitian ini menunjukkan bahwa:

##### 1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T) pada tabel 4.24 diperoleh nilai signifikansi variabel Gaya Hidup memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,619 bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar 3,780 > nilai t-tabel 1,984 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang, sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Menurut Al Shabiyah, gaya hidup adalah bagaimana seseorang dalam menjalani hidupnya termasuk dari produk apa yang mereka beli, bagaimana menggunakannya serta apa yang dipikirkan dan dirasakan setelah menggunakan produk tersebut atau gaya hidup berhubungan dengan reaksi sesungguhnya atas pembelian yang konsumen lakukan tersebut.<sup>70</sup> Gaya hidup sosial sudah tidak asing lagi bahkan sudah menjadi kebiasaan di kalangan masyarakat. Hal ini menjadi *problem* yang berkaitan langsung dengan munculnya perilaku konsumsi yang irasional, dimana masyarakat mulai banyak yang melakukan konsumsi dengan tujuan untuk menjaga gengsi dan bukan untuk memenuhi kebutuhan.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat, karena masyarakat Panca Rijang lebih mendominasi menghabiskan waktu luangnya dengan berbelanja. Masyarakat Panca Rijang menganggap bahwa berbelanja adalah hal yang menyenangkan dilakukan pada saat memiliki waktu luang. Padahal hal tersebut dapat dikategorikan dengan berfoya-foya jika masyarakat berbelanja tidak sesuai kebutuhan prioritasnya.

Maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi gaya hidup yang diinginkan oleh masyarakat Panca Rijang maka semakin tinggi pula perilaku konsumsinya. Hal ini didasari oleh pengisian kuisisioner responden dimana Masyarakat Panca Rijang lebih memilih membeli sesuatu dengan merek yang sudah terkenal, dalam artian sesuatu tersebut sudah sering terlihat di papan iklan, media sosial, dan platform digital lainnya sehingga membuat

---

<sup>70</sup>Al-Shabiyah, *Teori Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009), h. 14

masyarakat lebih menyukai barang yang bermerek. Sesuatu yang bermerek tidak akan lepas dengan harga yang tinggi sehingga hal tersebut berpotensi meningkatkan perilaku konsumsi masyarakat. Masyarakat panca rijang juga lebih percaya diri apabila membeli dan menggunakan produk yang saat itu sedang trend. Sesuatu yang dianggap trend maka harganya akan melonjak pada saat itu juga, hal tersebut dapat dianggap bahwa berfoya-foya dimana semakin tingginya tingkat keinginan dalam memenuhi gaya hidup maka semakin tinggi pula perilaku konsumsi masyarakat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tanti Dwi Hardiyanti dalam judul penelitiannya “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan”. Berdasarkan hasil penelitian uji T menunjukkan hasil variabel gaya hidup  $t_{hitung}$  sebesar 7,937 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,66071 dengan tingkat signifikan 0,000 yang berarti  $0,000 < 0,05$ . Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat kecamatan Medan Perjuangan.<sup>71</sup>

Allah swt berfirman dalam Q.S Al-isra/17:27 :

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Terjemahnya :

Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.<sup>72</sup>

<sup>71</sup> Hardiyanti, “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019)

<sup>72</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Q.S Al-Isra: 27.

Ayat diatas menekankan pentingnya menghindari pemborosan dan perilaku konsumsi yang berlebihan. Dalam konteks pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi irasional, ayat ini memberikan pandangan moral yang kuat bahwa pemborosan adalah tindakan yang tidak disukai Allah, yang secara implisit mengarah pada perilaku negatif dan merugikan. Orang yang boros diidentifikasi sebagai saudara setan karena perilaku ini menunjukkan pengingkaran terhadap nikmat yang Allah berikan. Oleh karena itu, gaya hidup yang dianjurkan adalah gaya hidup yang sederhana dan bijaksana, di mana harta digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat.

Dari perspektif ekonomi syariah, pemborosan dan konsumsi berlebihan bertentangan dengan prinsip dasar ekonomi yang mengutamakan keseimbangan, keadilan, dan kemaslahatan umum. Ekonomi syariah mendorong pengelolaan harta yang efisien dan distribusi kekayaan yang adil untuk memastikan kesejahteraan sosial. Pemborosan dianggap sebagai penghamburan sumber daya yang seharusnya dapat dimanfaatkan untuk hal-hal yang lebih produktif dan bermanfaat bagi masyarakat. Dalam kerangka ini, konsumsi irasional yang dipicu oleh gaya hidup materialistis harus dihindari, dan sebagai gantinya, masyarakat diharapkan untuk bersikap yang lebih bertanggung jawab dan beretika dalam pengelolaan harta.

Berdasarkan pemaparan hasil pengujian, teori yang mendukung dan penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang sama dengan penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang maka dapat memberikan dorongan bagi masyarakat untuk mengonsumsi lebih

banyak barang dan jasa, namun sebaliknya jika gaya hidup seseorang tidak ditingkatkan, perilaku konsumsi mereka tidak akan meningkat.

## **2. Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang**

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T) bpada tabel 4.24 diperoleh nilai signifikansi variabel pendapatan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,321 bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar 2,164 > nilai t-tabel 1,984 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,033 < 0,05 yang artinya variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang, sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.

Sigit Purnomo mengungkapkan bahwa pendapatan adalah semua penghasilan yang diterima oleh setiap orang dalam kegiatan ekonomi dalam suatu periode tertentu.<sup>73</sup> Pendapatan merupakan suatu unsur penting dalam perekonomian yang berperan untuk meningkatkan derajat hidup orang banyak melalui kegiatan produksi barang dan jasa. Pendapatan yang berbeda-beda merupakan penentu utama konsumsi. Bahkan beberapa orang yang memiliki pendapatan sama, konsumsinya dapat berbeda. Semakin tinggi pendapatan yang diterima seseorang maka akan cenderung semakin besar pengeluaran yang dilakukan untuk konsumsi.

---

<sup>73</sup>Sigit Purnomo, *Evaluasi Biaya Pembelian Bahan Baku untuk Efisiensi Biaya Produksi Pada Perusahaan Tahu "ADMA" di Kecamatan Karangploso Malang*, (Malang: Universitas Muhammadiyah, 2007), h. 11

Soekartawi menjelaskan bahwa pendapatan memberi dampak yang kuat bagi banyaknya barang yang dikonsumsi dan fakta bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka yang bertambah bukan hanya barang yang dikonsumsi saja akan tetapi kualitas barang tersebut ikut menjadi pertimbangan yang kuat dalam memilih barang konsumsi, hal tersebut telah membuktikan kenyataan dalam seluruh perubahan perilaku konsumsi masyarakat terhadap suatu barang dan jasa dipengaruhi oleh pendapatan masyarakat.<sup>74</sup>

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat, karena semakin tingginya pendapatan masyarakat maka semakin tinggi pula perilaku konsumsinya. Hal ini berdasarkan pada pengisian kuisioner masyarakat Panca Rijang dimana mendapatkan hasil lebih banyak yang rutin dalam menerima pendapatan perbulannya. Hal tersebut memicu masyarakat Panca Rijang dalam hal pengeluaran dan meningkatkan perilaku konsumsinya. Selain itu, masyarakat Panca Rijang juga mendapatkan pendapatannya dari pekerjaan yang dilakukan. Hal tersebut terjadi karena banyaknya kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh masing-masing masyarakat.

Hanifah Amanaturohlim dan Joko Widodo juga menjelaskan bahwa dalam sebuah keluarga untuk memenuhi kebutuhan, erat kaitannya dengan besaran pendapatan yang dihasilkan dari pekerjaan dan dikeluarkan sebagai bentuk konsumsi untuk mencapai kesejahteraan.<sup>75</sup> Salah satu penyebab

---

<sup>74</sup> Soekartawi, *Faktor-Faktor Produk*. h. 132.

<sup>75</sup> Hanifah Amanaturohlim and Joko Widodo, "Pengaruh Pendapatan Dan Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Kesejahteraan Keluarga Petani Penggarap Kopi Di Kecamatan Candiroto Kabupaten Temanggung," *Economic Education Analysis Journal* 5, no. 2 (2016): h. 68–79.

besarnya angka perilaku konsumsi masyarakat adalah banyaknya anggota keluarga sehingga dituntut agar penghasilan yang didapatkan seimbang dengan apa yang dibutuhkan. Semakin banyak masyarakat yang tinggal dalam satu rumah maka pendapatan yang dihasilkan juga meningkat karena dibutuhkannya konsumsi rumah tangga yang besar pula.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Risnawati dalam judul penelitiannya “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)”. Berdasarkan hasil penelitian uji T menunjukkan hasil variabel pendapatan  $t_{hitung}$  sebesar  $2,258 > t_{tabel}$  sebesar 1,986 dengan tingkat signifikan 0,012 yang berarti  $0,012 < 0,05$ . Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh.<sup>76</sup>

Allah swt berfirman dalam Q.S At-Taubah /9:105 :

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ  
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Terjemahnya :

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”<sup>77</sup>

<sup>76</sup> Risnawati, “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Kecamatan Di Ulee Kareng Banda Aceh).” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh,2020)

<sup>77</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Q.S At-Taubah: 105.

Ayat ini menekankan pentingnya bekerja dengan niat yang benar dan tanggung jawab dalam pengelolaan hasil kerja kita. Dalam konteks pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi irasional, ayat ini memberikan landasan bahwa setiap tindakan dan keputusan yang diambil, termasuk pengelolaan pendapatan, akan dinilai oleh Allah.

Perilaku konsumsi irasional sering kali muncul ketika pendapatan yang tinggi menyebabkan individu merasa berhak untuk mengeluarkan uang secara sembarangan tanpa mempertimbangkan dampaknya. Kesadaran akan pengawasan Allah dan tanggung jawab terhadap hasil kerja dapat mengarahkan individu untuk lebih berhati-hati dalam mengelola pendapatan mereka. Dengan memahami bahwa setiap tindakan, termasuk pengeluaran yang berlebihan, akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah, individu didorong untuk menghindari sikap boros dan konsumsi yang tidak perlu. Sebaliknya, mereka diharapkan untuk menggunakan pendapatan mereka dengan bijaksana, memastikan bahwa pengeluaran dilakukan secara seimbang dan produktif, sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menekankan keseimbangan dan kebermanfaatan.

Berdasarkan pemaparan hasil pengujian, teori yang mendukung dan penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang sama dengan penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, maka semakin besar dorongan bagi masyarakat untuk mengonsumsi lebih banyak barang dan jasa. Peningkatan pendapatan memungkinkan untuk meningkatkan standar hidup mereka, membeli barang-barang mewah, dan mengikuti tren terbaru. Sebaliknya, jika pendapatan seseorang tidak meningkat perilaku

konsumsi cenderung stagnan. Tanpa peningkatan pendapatan, individu mungkin merasa terbatas dalam kemampuan mereka untuk membeli barang dan jasa yang lebih mahal.

### **3. Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang**

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T) pada tabel 4.24 diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 1,034 bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar 8,895 > nilai t-tabel 1,984 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya variabel konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang, sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.

Menurut Myers konformitas merupakan berubahnya perilaku atau kepercayaan individu agar mereka selaras dengan kelompoknya dan tidak merasa terasingkan. Konformitas ini muncul karena adanya tekanan atau label dari masyarakat sekitarnya, sehingga individu yang berada dalam kelompok tersebut mau tidak mau mengubah perilakunya sesuai dengan kesepakatan kelompok tersebut.<sup>78</sup>

Menurut Baron dan Byrne, ada faktor yang mempengaruhi sehingga terjadinya konformitas, yaitu kohesivitas suatu kelompok, besarnya kelompok dan tipe dari norma sosial sendiri.<sup>79</sup> Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil yang ditemukan peneliti di lapangan dimana masyarakat Panca Rijang lebih senang ketika membeli barang yang dibeli oleh satu kelompok yang dianggap

---

<sup>78</sup> Myers, *Psikologi Sosial*. h. 51.

<sup>79</sup> Robert A Baron dan Donn Byrne, "Psikologi Sosial Jilid 1," 2004.

dekat. Hal tersebut membuat masyarakat lebih mementingkan eksistensinya dalam satu kelompok agar dianggap tidak ketinggalan.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Konformitas merupakan sesuatu yang dipicu karena keinginan mengikuti suatu kelompok. Hal ini didasari oleh hasil kuesioner yang diisi oleh Masyarakat Panca Rijang dimana menganggap bahwa mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh teman kelompoknya agar tingkat sosial mereka sama dan tidak dipandang sebelah mata oleh masyarakat lain. Semakin tinggi tingkat konformitas yang dialami masyarakat maka perilaku konsumsi yang diperlukan akan semakin melonjak karena keduanya saling berkaitan selain itu masyarakat akan mengikuti pakaian yang digunakan satu kelompoknya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunita Dwi Lestari Maharani, dalam judul penelitiannya “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Skincare Korea”. Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa konformitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pembelian Skincare Korea di Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis menunjukkan hasil nilai F hitung  $1751,11 > 3,89$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel konformitas terhadap perilaku konsumtif.<sup>80</sup>

---

<sup>80</sup> Yunita Dwi Lestari Maharani, “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Skincare Korea” (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, 2019).

Allah swt berfirman dalam Q.S Al-An'am/6:116 :

وَأَنْ تَطَّعَ أَكْثَرَ مَنْ فِي الْأَرْضِ يُضِلُّوكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ إِنَّ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَأَنْ هُمْ إِلَّا  
يَخْرُصُونَ ﴿١١٦﴾

Terjemahnya :

Jika engkau mengikuti (kemauan) kebanyakan orang (kafir) di bumi ini (dalam urusan agama), niscaya mereka akan menyesatkanmu dari jalan Allah. Mereka hanya mengikuti persangkaan belaka dan mereka hanyalah membuat kebohongan.<sup>81</sup>

Ayat ini mengingatkan kita akan bahaya mengikuti mayoritas tanpa pertimbangan yang matang, terutama jika tidak berpegang pada prinsip-prinsip kebenaran. Dalam konteks pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumsi irasional masyarakat, ayat ini menunjukkan bahwa mengikuti tren atau norma yang dominan dalam masyarakat tanpa penilaian yang benar dapat menyebabkan individu terjerumus dalam perilaku konsumsi yang tidak rasional dan tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam. Misalnya, dorongan untuk membeli produk terbaru atau mengikuti gaya hidup materialistis yang populer di masyarakat sering kali memicu pengeluaran berlebihan dan konsumsi yang tidak sesuai dengan prinsip syariah.

Prinsip ekonomi syariah menekankan keseimbangan, keadilan, dan penghindaran pemborosan. Islam menganjurkan umatnya untuk hidup sederhana, bijaksana dalam pengeluaran, dan tidak terpengaruh oleh dorongan konsumsi yang tidak perlu. Ayat ini mendukung prinsip tersebut dengan mengingatkan kita untuk tidak terpengaruh oleh konformitas yang mendorong

<sup>81</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Q.S Al-An'am 116.

perilaku konsumsi yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Konsumen yang bijak akan mempertimbangkan setiap keputusan pembelian dengan hati-hati, memastikan bahwa konsumsi mereka sesuai dengan prinsip syariah dan tidak hanya didorong oleh tekanan sosial atau tren yang tidak bermanfaat.

Berdasarkan pemaparan hasil pengujian, teori yang mendukung dan penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang sama dengan penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat konformitas seseorang, semakin besar dorongan masyarakat untuk mengonsumsi lebih banyak barang dan jasa. Konformitas yang tinggi dapat mempengaruhi individu untuk mengikuti tren konsumsi yang sedang berlaku, serta merasa perlu untuk memiliki barang-barang tertentu agar tidak terlihat berbeda dari orang lain. Sebaliknya, jika tingkat konformitas seseorang rendah, perilaku konsumsinya cenderung tidak meningkat. Individu dengan konformitas rendah cenderung lebih memilih untuk tidak mengikuti tren konsumsi dan lebih fokus pada kebutuhan dan preferensi pribadi mereka tanpa dipengaruhi oleh tekanan sosial atau tren kelompok.

#### **4. Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang**

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F) pada tabel 4.25 diperoleh nilai  $f$ -hitung  $59,390 > f$ -tabel  $2,701$  dengan nilai signifikansi  $0,000$ . Karena nilai signifikansi lebih kecil dari  $0,05$  maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kinerja pemasaran atau dapat dikatakan ketiga variabel bebas yaitu gaya hidup, pendapatan dan konformitas

secara bersama-sama (Simultan) berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang, sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima.

Menurut Anang Firmansyah perilaku konsumsi adalah proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh minat dalam menggunakan barang atau jasa, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mendasari kegiatan tersebut demi memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mencapai tingkat kepuasan serta kemakmuran yang diinginkan individu, yang dapat dilakukan kapan saja sesuai dengan kebutuhan mereka.<sup>82</sup>

Kaitannya dengan penelitian ini adalah perilaku konsumsi masyarakat sangatlah dipengaruhi gaya hidup, pendapatan, dan konformitas. tersebut dimana perilaku konsumsi akan meningkat apabila gaya hidup, pendapatan, dan konformitas itu meningkat. Gaya hidup seseorang dapat menjadi pendorong utama dalam mempengaruhi pilihan konsumsi, karena gaya hidup mencerminkan nilai, sikap, dan kebiasaan sehari-hari individu. Pendapatan juga memainkan peran penting dalam menentukan kemampuan seseorang untuk membeli barang dan jasa tertentu. Sementara itu, konformitas mengacu pada kecenderungan individu untuk mengikuti norma dan tren kelompok sosial mereka. Orang dengan tingkat konformitas tinggi cenderung meniru perilaku konsumsi teman, keluarga, atau komunitas mereka untuk merasa diterima dan sesuai dengan lingkungan sosialnya. Tingkat konformitas yang tinggi dapat menyebabkan peningkatan permintaan akan barang-barang yang sedang tren atau populer.

---

<sup>82</sup> Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. h. 3-7

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Andika, dalam judul penelitiannya “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Di Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur”. Berdasarkan hasil uji f (Uji simultan), diperoleh f-hitung sebesar  $40,357 > f\text{-tabel } 3,09$ . Sedangkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa pendapatan dan gaya hidup berpengaruh signifikan secara bersama–sama (simultan).

Allah swt berfirman dalam Q.S At-Takatsur/102:1-2 :

أَلْهَكُمُ الشَّكَاوَةُ ۙ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۗ

Terjemahnya :

Berbangga-bangga dalam memperbanyak (dunia) telah melalaikanmu. sampai kamu masuk ke dalam kubur.<sup>83</sup>

Ayat ini mengingatkan kita tentang bahaya mengejar kemewahan dan kebanggaan duniawi yang dapat melalaikan manusia dari tujuan hidup yang sebenarnya. Dalam konteks gaya hidup, pendapatan, dan konformitas sosial, ayat ini sangat relevan. Gaya hidup tinggi yang didorong oleh keinginan untuk bermegah-megahan sering kali membuat individu melakukan konsumsi yang tidak rasional. Media sosial dan iklan memperkuat tekanan ini, mendorong orang untuk membeli barang-barang mewah yang sebenarnya tidak mereka butuhkan, hanya untuk menunjukkan status atau mengikuti tren.

Pendapatan juga memainkan peran penting dalam perilaku konsumsi irasional. Orang dengan pendapatan tinggi mungkin merasa perlu menunjukkan kekayaan mereka melalui konsumsi berlebihan, sementara

<sup>83</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Q.S At-Takatsur 1-2.

mereka dengan pendapatan lebih rendah mungkin terpaksa menghabiskan lebih dari kemampuan mereka untuk terlihat setara dengan lingkungannya. Konformitas sosial memperburuk masalah ini, karena tekanan untuk mengikuti standar sosial tertentu bisa mendorong perilaku konsumsi yang tidak sehat dan tidak berkelanjutan.

Prinsip ekonomi syariah menekankan keseimbangan, keadilan, dan penghindaran pemborosan. Prinsip-prinsip ini mengajarkan individu untuk hidup sederhana, menghindari pemborosan, dan berfokus pada kebutuhan yang sebenarnya. Selain itu, kewajiban zakat dan infaq dalam Islam mendorong individu untuk berbagi kelebihan harta dengan mereka yang membutuhkan, sehingga menciptakan keseimbangan sosial dan mengurangi ketimpangan. Dengan menginternalisasi ajaran-ajaran ini, individu dapat mengelola konsumsi mereka dengan lebih bijaksana dan sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga tidak hanya mencapai kesejahteraan pribadi tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat luas.

Berdasarkan hasil pemaparan hasil pengujian, beberapa teori yang mendukung dan juga hasil penelitian terdahulu yang mendapatkan hasil positif maka peneliti menarik kesimpulan akhir bahwa variabel gaya hidup, pendapatan, dan juga konformitas secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi perilaku konsumsi irasional masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang dan dianggap oleh responden sebagai faktor yang kuat dalam mempengaruhi keputusan berbelanja dan peningkatan perilaku konsumsi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV mengenai pengaruh Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang. Maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dari analisis data menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.
2. Berdasarkan hasil penelitian dari analisis data menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.
3. Berdasarkan hasil penelitian dari analisis data menunjukkan bahwa konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.
4. Berdasarkan hasil penelitian dari analisis data menunjukkan bahwa gaya hidup, pendapatan, dan konformitas berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap perilaku konsumsi irasional Masyarakat Di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang.

## B. Saran

- a. Bagi peneliti, dapat menambah variabel independen atau lebih mengembangkan variabel independen agar dapat melengkapi dan memperkuat penelitian ini, karena masih ada variabel independen lain diluar penelitian ini yang dianggap dapat mempengaruhi variabel dependen atau variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi Irasional Masyarakat Kecamatan Panca Rijang.
- b. Bagi masyarakat, diharapkan kepada masyarakat agar lebih memperhatikan lagi perilaku konsumsinya agar dapat sesuai dengan ajaran agama Islam dan lebih terbuka pikirannya dengan menambah wawasan mengenai perilaku konsumen. Kebutuhan pokok yang harus dipenuhi dan tidak mementingkan keinginan semata yang akhirnya akan masuk ke dalam sifat mubazir atau boros. Adanya pendapatan yang lebih dan gaya hidup masyarakat sekitar yang tinggi harusnya tidak terpengaruh dan ikut serta mengikuti perilaku masyarakat yang konsumsi yang berlebihan.

## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'an Al-Karim*

- Abdullah, Ma'ruf. "Metode Penelitian Kuantitatif." Banjarmasin: Aswaja pressindo, 2015.
- Adji, Wahyu. *Ekonomi SMA*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Al., Nuryadi et. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media, 2017.
- Amanaturrohim, Hanifah, and Joko Widodo. "Pengaruh Pendapatan Dan Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Kesejahteraan Keluarga Petani Penggarap Kopi Di Kecamatan Candioto Kabupaten Temanggung." *Economic Education Analysis Journal* 5, no. 2 (2016): 468–79.
- American Journal of Sociology. "Kerangka Penelitian." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–99.
- Andika, Muhammad. "Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Erilaku Konsumsi Masyarakat Di Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur." UIN Mataram, 2021.
- Aqila, Vebby. "Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Kelompok Arisan Cafe UMA 84." Universitas Medan Area, 2020.
- Arikunto, Suharsimi. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Bahri.S, Andi. "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Islam." *Hunafa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 2 (2014).
- Baron, Robert A. *Psikologi Sosial Jilid 2*. 10th ed. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Baron, Robert A, and Donn Byrne. "Psikologi Sosial Jilid 1," 2004.
- BPS. *Sidenreng Rappang Dalam Angka 2023*. Vol. 16. Sidenreng Rappang: BPS Kabupaten Sidenreng Rappang, 2023.
- Fatmawatie, Naning. "E Commerce Dan Perilaku Konsumtif." Kediri: IAIN Kediri Press, 2022.
- Firmansyah, Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas diponegoro, 2018.

- Hardiyanti, Tanti Dwi. “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019.
- Hasibuan. “Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri,” 2010.
- J. Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Janna, Nilda Miftahul, and Herianto. “Artikel Statistik Yang Benar.” *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047 (2021): 1–12.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur’an Dan Terjemahannya, Q.S Al-An’am 116*, n.d.
- . *Al-Qur’an Dan Terjemahannya, Q.S Al-Isra: 26*, n.d.
- . *Al-Qur’an Dan Terjemahannya, Q.S Al-Isra: 27*, n.d.
- . *Al-Qur’an Dan Terjemahannya, Q.S At-Takatsur 1-2*, n.d.
- . *Al-Qur’an Dan Terjemahannya, Q.S At-Taubah: 105*, n.d.
- Khodijah, Nadya Larasati. “Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Melalui E-Commerce Pada Mahasiswa UIN Jakarta.” Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., n.d.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. Edisi 15. London: Pearson Education, 2016.
- . *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks, 2016.
- Kulsum, Umi. *Pengantar Psikologi Sosial*. Jakarta: Pustakaraya, 2014.
- Maharani, Yunita Dwi Lestari. “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Skincare Korea.” Universitas Negeri Jakarta, 2019.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada, 2008.
- Myers, David G. *Psikologi Sosial*. 10th ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2012.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep Dan Praktik Dalam Pemasaran)*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2021.
- Nurchahyo, Bagus, and Riskayanto Riskayanto. “Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion.” *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis 3*, no. 1 (2018): 18.

- Priadana dan Denok Sunarsi, Sidik. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021.
- Pribadi, Hasan Sulisty. “Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).” Serang: UIN SMH BANTEN, 2022.
- Rahmadi, Rahmadi. “Pengantar Metodologi Penelitian.” Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Ridha, Akram. *Pintar Mengelola Keuangan Keluarga Sakinah Mudah Dan Sesuai Kaidah Islam*. Solo: Tayiba Media, 2014.
- Risnawati. “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Kecamatan Di Ulee Kareng Banda Aceh).” Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020.
- Sahir, Syafrida Hafni. “Metodologi Penelitian.” Medan: KBM Indonesia, 2021.
- Saidy, Emily Nur. “Pengaruh Religiusitas Dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Rasional.” *AT TAWAZUN Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2022): 4.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. *Psikologi Remaja*. 3rd ed. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994.
- Sinaga, Dameria. “Buku Ajar Statistik Dasar.” Jakarta Timur: Uki Press, 2014.
- Sisrazeni, Murisal dan. *Psikologi Sosial Integratif*. Depok: Rajawali Press, 2022.
- Soekartawi. *Faktor-Faktor Produk*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam; Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonisia, 2002.
- Sugiono, Sugiono, Noerdjanah Noerdjanah, and Afrianti Wahyu. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation.” *Jurnal Keterampilan Fisik* 5, no. 1 (2020): 55.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukirno, Sadono. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. 1st ed. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2002.
- Sutisna, Icam. “Statistika Penelitian.” *Universitas Negeri Gorontalo* 1, no. 1 (2020): 1–15.
- Sutriati, Sri Kartikowati, and RM Riadi. “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup

Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Riau.” *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Keguruan Dan Ilmu Pendidikan* 5, no. 1 (2018): 3.

Tarjo. *Metode Penelitian Sistem 3X Baca*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Ulfa, Rafika. “Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan.” *Al-Fathonah* 1, no. 1 (2021): 344–45.

Wahyuni, Rika, Hadi Irfani, and Isna Asyri Syahrina. “Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.” *Jurnal Benefita* 4, no. 3 (2019): 548–59.

Wiryohasmono. *Konsep Pendapatan Rumah Tangga Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.





# LAMPIRAN

## Surat Penetapan Pembimbing Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
 PO Box 909 Parepare 91100, website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [mail@iainpare.ac.id](mailto:mail@iainpare.ac.id)

Nomor : B.5288/In.39/FEBI.04/PP.00.9/09/2023 14 September 2023  
 Lampiran : -  
 Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

Yth: 1. **Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I.** (Pembimbing Utama)  
 2. **Sulkarnain, S.E., M.Si.** (Pembimbing Pendamping)

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Nurhalifa Jamaluddin  
 NIM. : 2020203860202017  
 Prodi. : Ekonomi Syariah

Tanggal **8 Agustus 2023** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**PENGARUH GAYA HIDUP, PENDAPATAN DAN KONFORMITAS TERHADAP PRILAKU  
 KONSUMTIF MASYARAKAT RAPPANG DI KELURAHAN LALEBATA KECAMATAN  
 PANCA RIJANG SIDENRENG RAPPANG**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*



Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
 197402082001122002

Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip

## Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare



### KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

*Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id*

Nomor : B-1650/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2024 22 Mei 2024  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI SIDENRENG RAPPANG  
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
di  
KAB. SIDENRENG RAPPANG

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Nama                     | : NURHALIFA JAMALUDDIN  |
| Tempat/Tgl. Lahir        | : RAPPANG, 17 April 2002  |
| NIM                      | : 2020203860202017  |
| Fakultas / Program Studi | : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah ( Ekonomi Islam )                              |
| Semester                 | : VIII (Delapan)  |
| Alamat                   | : JL. MUHAMMADIYAH, KELURAHAN LALEBATA, KECAMATAN PANCA RIJANG, KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG |

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI SIDENRENG RAPPANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH GAYA HIDUP, PENDAPATAN, DAN KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT KECAMATAN PANCA RIJANG KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 28 Mei 2024 sampai dengan tanggal 28 Juni 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

**Surat Izin Melaksanakan Penelitian Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidenreng Rappang**

  
**PEMERINTAH KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
JL. HARAPAN BARU KOMPLEKS SKPD BLOK A NO. 5 KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG  
PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Telepon (0421) - 3590005 Email : ptsp\_sidrap@yahoo.co.id Kode Pos : 91611

---

**IZIN PENELITIAN**  
Nomor : **211/IP/DPMTSP/5/2024**

DASAR

1. Peraturan Bupati Sidenreng Rappang No. 1 Tahun 2017 Tentang Pendelegasian Kewenangan di Bidang Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidenreng Rappang
2. Surat Permohonan **NURHALIFA JAMALUDDIN** Tanggal **27-05-2024**
3. Berita Acara Telaah Administrasi / Telaah Lapangan dari Tim Teknis **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE** Nomor **B-1650/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/20** Tanggal **22-05-2024**

**M E N G I Z I N K A N**

KEPADA  
NAMA : **NURHALIFA JAMALUDDIN**  
ALAMAT : **JL. MUHAMMADIYAH, KEL. LALEBATA, KEC. PANCA RIJANG**  
UNTUK : melaksanakan Penelitian dalam Kabupaten Sidenreng Rappang dengan keterangan sebagai berikut :

NAMA LEMBAGA / UNIVERSITAS : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH GAYA HIDUP, PENDAPATAN, DAN KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT KECAMATAN PANCA RIJANG KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN PANCA RIJANG**

JENIS PENELITIAN : **KUANTITATIF**  
LAMA PENELITIAN : **28 Mei 2024 s.d 28 Juni 2024**

Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung  
Dikeluarkan di : Pangkajene Sidenreng  
Pada Tanggal : 27-05-2024


**Biaya : Rp. 0,00**

Tembusan :

1. CAMAT PANCA RIJANG KAB. SIDENRENG RAPPANG
2. DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PAREPARE
3. PERTINGGAL

**Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Kantor  
Kecamatan Panca Rijang**



**PEMERINTAH KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG  
KECAMATAN PANCA RIJANG**

*Jl. Slt. Hasanuddin No. 1 Rappang Telp (0421) 93003 Kode Pos 91651*

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN**

Nomor : *640* / VII / P.Rijang

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **H. ZAINAL, S. Pd**  
Nip : 19720703 199103 1 002  
Jabatan : Plt.Camat Panca Rijang  
Instansi : Kantor Camat Panca Rijang

Menerangkan bahwa :

Nama : **NURHALIFA JAMALUDDIN**  
NIM : 2020203860202017  
Tempat/ Tgl Lahir : Rappang, 17 April 2002  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Alamat : Jl. Muhammadiyah Rappang  
Judul Skripsi : "Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang "

Benar telah melaksanakan penelitian selama 30 (Tiga puluh) hari di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang dalam rangka penulisan Skripsi demi penyelesaian studi program Sarjana (S1) pada Institut Agama Islam Negeri Pare Pare.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Rappang, 10 Juli 2024

Plt. CAMAT  
  
**H. ZAINAL, S. Pd**  
Pangkat : Pembina  
Nip. 19720703 199103 1 002

**PAREPARE**

## Hasil Turnitin



Similarity Report ID: oid:29615:62997343

PAPER NAME

SKRIPSI Nurhalifa Jamaluddin pipoo.doc

x

WORD COUNT

26593 Words

CHARACTER COUNT

153442 Characters

PAGE COUNT

176 Pages

FILE SIZE

1.9MB

SUBMISSION DATE

Jul 18, 2024 4:18 PM GMT+8

REPORT DATE

Jul 18, 2024 4:21 PM GMT+8

### ● 35% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 30% Internet database
- 14% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 25% Submitted Works database

### ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 8 words)
- Manually excluded text blocks



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT  
AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307

VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

Nama Mahasiswa : Nurhalifa Jamaluddin  
NIM : 2020203860202017  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas  
Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Di  
Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang

### PEDOMAN KUESIONER

#### I. Identitas Responden

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi data responden dibawah ini :

Nama Lengkap : \_\_\_\_\_  
Alamat : \_\_\_\_\_  
Jenis Kelamin :  Laki-Laki  
 Perempuan  
Usia :  16-20 Tahun  21-25 Tahun  
 26-30 Tahun  31-35 Tahun  
 36-40 Tahun  
Pekerjaan :  Pegawai Negeri  Wiraswasta  
 Pegawai Swasta  Lainnya \_\_\_\_\_

#### II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (✓) pada kolom yang Bapak/Ibu/Saudara(i) pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan alternative jawaban sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS)

2 = Tidak Setuju (TS)

4 = Setuju (S)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

3 = Netral (N)

### III. Daftar Pernyataan

| No. | Gaya Hidup (X1)   | SS | S | N | TS | STS |
|-----|---|----|---|---|----|-----|
| 1.  | Saya sering menghabiskan waktu luang dengan cara berbelanja           |    |   |   |    |     |
| 2.  | Saya membeli sesuatu dengan merek yang sudah terkenal                 |    |   |   |    |     |
| 3.  | Saya merasa percaya diri ketika membeli atau menggunakan produk trend |    |   |   |    |     |

| No. | Pendapatan (X2)   | SS | S | N | TS | STS |
|-----|---|----|---|---|----|-----|
| 1.  | Saya selalu rutin menerima pendapatan setiap bulannya   |    |   |   |    |     |
| 2.  | Pendapatan yang saya terima bersumber dari pekerjaan yang saya lakukan                                    |    |   |   |    |     |
| 3.  | Bertambahnya pendapatan dan banyaknya jumlah anggota keluarga membuat pengeluaran konsumsi saya meningkat |    |   |   |    |     |

| No. | Konformitas (X3)  | SS | S | N | TS | STS |
|-----|---|----|---|---|----|-----|
| 1.  | Agar dapat menjadi bagian dari kelompok, saya akan membeli barang yang disenangi/disetujui oleh teman kelompok saya |    |   |   |    |     |

|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 2. | Saya mengikuti kegiatan karena teman kelompok saya juga mengikutinya                             |  |  |  |  |  |
| 3. | Saya membeli barang atas saran dan informasi yang diberikan dari teman mengenai barang tersebut. |  |  |  |  |  |
| 4. | Saya membeli barang yang sedang digemari saat ini.   |  |  |  |  |  |

| No. | Perilaku Konsumsi Irasional (Y)  | SS | S | N | TS | STS |
|-----|--|----|---|---|----|-----|
| 1.  | Saya akan membeli suatu produk apabila disertai dengan potongan harga dan pemberian hadiah (bonus) tertentu                            |    |   |   |    |     |
| 2.  | Saya langsung membeli produk yang menurut saya menarik dan terbaru (tren)  |    |   |   |    |     |
| 3.  | Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi terlihat keren dan fashionable   |    |   |   |    |     |
| 4.  | Saya membeli produk berdasarkan pertimbangan harga, bukan atas dasar manfaat atau fungsi barang tersebut                               |    |   |   |    |     |
| 5.  | Saya lebih memperhatikan aspek gaya dalam memutuskan pembelian produk  |    |   |   |    |     |
| 6.  | Saya tertarik memakai suatu produk karena artis (tokoh terkenal) yang memakai produk tersebut cocok                                    |    |   |   |    |     |
| 7.  | Saya merasa senang ketika memakai barang dengan merek mahal  |    |   |   |    |     |
| 8.  | Saya menggunakan lebih dari satu barang sejenis dengan merek berbeda (seperti : make up, tas, sepatu, memakai 2 gadget, dan lain-lain) |    |   |   |    |     |

## DATA RESPONDEN

| No. | Nama Lengkap           | Alamat                         | Jenis Kelamin | Usia | Pekerjaan      |
|-----|------------------------|--------------------------------|---------------|------|----------------|
| 1.  | Wildha Nur As'fani     | Rappang                        | Perempuan     | 22   | Pegawai Swasta |
| 2.  | Sarnita                | Jl cempaka                     | Perempuan     | 22   | Wiraswasta     |
| 3.  | SHERINA                | JL. Ganggawa Rappang           | Perempuan     | 21   | Wiraswasta     |
| 4.  | Rabiatul Adawiah       | Jalan poros pangkajenne Sidrap | Perempuan     | 22   | Mahasiswa      |
| 5.  | Jasmira jamaluddin     | Jl. A. P. Pettarani Rappang    | Perempuan     | 21   | Pegawai Swasta |
| 6.  | Ghina Fadhilah         | Jl.Sultan Hasanuddin, Rappang  | Perempuan     | 22   | Wiraswasta     |
| 7.  | Aldian                 | Rappang                        | Laki - Laki   | 25   | Pegawai Swasta |
| 8.  | Aswinda                | Rappang                        | Perempuan     | 24   | Wiraswasta     |
| 9.  | Nurliah ismail         | Jln poros parerappang          | Perempuan     | 21   | Wiraswasta     |
| 10. | M Reski                | Jl.Sultan hasanuddin rappang   | Laki - Laki   | 25   | Wiraswasta     |
| 11. | Muh. Ridwan Saenong    | Rappang                        | Laki - Laki   | 21   | Mahasiswa      |
| 12. | Yusril Ananta B        | Rappang                        | Laki - Laki   | 22   | Mahasiswa      |
| 13. | Safriyanti             | Jl andi makkasau               | Perempuan     | 22   | Mahasiswa      |
| 14. | Ayu salutri            | Mario                          | Perempuan     | 22   | Wiraswasta     |
| 15. | Nurlia fitri Ramadhani | Lautang salo                   | Perempuan     | 21   | Wiraswasta     |
| 16. | Imran                  | Jln ganggawa rappang           | Laki - Laki   | 24   | Wiraswasta     |
| 17. | Islahuddin             | Rappang                        | Laki - Laki   | 23   | Pegawai Negeri |
| 18. | Aswar                  | Lautang salo                   | Laki - Laki   | 25   | Wiraswasta     |
| 19. | Armi                   | Lautang salo                   | Perempuan     | 32   | Wiraswasta     |
| 20. | Kartika                | Rappang                        | Perempuan     | 24   | Wiraswasta     |
| 21. | Ummi ulfariani         | Bulo                           | Perempuan     | 35   | pedagang       |
| 22. | Aprilia Putri          | Lanrang                        | Perempuan     | 28   | Pegawai Negeri |
| 23. | Syahriani              | Lautang salo                   | Perempuan     | 20   | Mahasiswa      |
| 24. | Sri wulandari          | Kadidi                         | Perempuan     | 22   | Mahasiswa      |
| 25. | Nursakila              | Bulo                           | Perempuan     | 21   | Wiraswasta     |
| 26. | Hariyanti              | Lanrang                        | Perempuan     | 22   | Wiraswasta     |
| 27. | Anugrah                | Rappang                        | Laki - Laki   | 20   | Mahasiswa      |
| 28. | Nurfadillah            | Rappang                        | Perempuan     | 29   | Wiraswasta     |
| 29. | Ade nurul              | Jalan angkatan 66 rappang      | Perempuan     | 23   | Wiraswasta     |
| 30. | Agim agus              | Lautang salo                   | Laki - Laki   | 21   | Wiraswasta     |

|     |                 |                                  |             |    |                |
|-----|-----------------|----------------------------------|-------------|----|----------------|
| 31. | Amalia          | Lempangnge                       | Perempuan   | 22 | Mahasiswa      |
| 32. | Asriani tahir   | Lautang salo                     | Perempuan   | 22 | Wiraswasta     |
| 33. | Nabila azzahra  | Rappang                          | Perempuan   | 18 | Mahasiswa      |
| 34. | Irfan           | Rappang                          | Laki - Laki | 28 | Petani         |
| 35. | Nurqadri        | Jalan muhammadiyah rappang       | Perempuan   | 27 | Wiraswasta     |
| 36. | Sari mayang     | Jalan harapan rappang            | Perempuan   | 32 | Pegawai Negeri |
| 37. | Rachmat Bram    | Rappang                          | Laki - Laki | 32 | Pegawai Swasta |
| 38. | Abruni Bram     | Rappang                          | Laki - Laki | 30 | Pegawai Negeri |
| 39. | Sutriyusrandi   | Rappang                          | Laki - Laki | 24 | Wiraswasta     |
| 40. | Reka safitri    | Lautang salo                     | Perempuan   | 23 | Wiraswasta     |
| 41. | Aryadi          | Lautang salo                     | Laki - Laki | 22 | Wiraswasta     |
| 42. | Armawati        | Lautang salo                     | Perempuan   | 25 | Mahasiswa      |
| 43. | Erlangga        | Bulo                             | Laki - Laki | 26 | Wiraswasta     |
| 44. | Aswan           | Lautang salo                     | Laki - Laki | 21 | Wiraswasta     |
| 45. | Wildan          | Bulo                             | Laki - Laki | 22 | Wiraswasta     |
| 46. | Akbar           | Lautang salo                     | Laki - Laki | 23 | Wiraswasta     |
| 47. | Nahar           | Lautang salo                     | Perempuan   | 25 | Wiraswasta     |
| 48. | Novi            | Lautang salo                     | Perempuan   | 29 | Wiraswasta     |
| 49. | Rindy           | Jalan ali mathar                 | Perempuan   | 24 | Wiraswasta     |
| 50. | Nursyafitri     | Jl.Muhammadiyah rappang          | Perempuan   | 22 | Mahasiswa      |
| 51. | Nursyafrani     | Jalan muhammadiyah               | Perempuan   | 20 | Mahasiswa      |
| 52. | Kurnia syam     | Rappang                          | Perempuan   | 23 | Wiraswasta     |
| 53. | Ilham shaleh    | Lanrang                          | Laki - Laki | 23 | Petani         |
| 54. | Firdayanti      | Cipotakari                       | Perempuan   | 24 | Wiraswasta     |
| 55. | Widia ramadhani | Rappang                          | Perempuan   | 24 | Wiraswasta     |
| 56. | Riska pramudina | Lempangnge                       | Perempuan   | 24 | Wiraswasta     |
| 57. | Nurhalisa       | Lautang salo                     | Perempuan   | 24 | Wiraswasta     |
| 58. | Candra          | Lempangnge                       | Laki - Laki | 22 | Wiraswasta     |
| 59. | Harianti        | Lautang salo                     | Perempuan   | 38 | Wiraswasta     |
| 60. | Kasmia          | Sidrap                           | Perempuan   | 39 | Wiraswasta     |
| 61. | Saskia          | Jalan ahmad taufiq no 41 Rappang | Perempuan   | 27 | Wiraswasta     |
| 62. | Mutiara Bintang | Rappang                          | Perempuan   | 22 | Mahasiswa      |
| 63. | Melda Ulandari  | Lanrang                          | Perempuan   | 20 | Mahasiswa      |
| 64. | Ayu nurlelah    | Jl a sulolipu                    | Perempuan   | 27 | Wiraswasta     |
| 65. | Mardiana        | Lanrang                          | Perempuan   | 35 | IRT            |
| 66. | Marliah         | Jl. A. P. Pettarani              | Perempuan   | 27 | IRT            |
| 67. | Sultan Syam     | Rappang                          | Laki - Laki | 31 | Pegawai Swasta |
| 68. | Lala            | Bulo                             | Perempuan   | 25 | Wiraswasta     |
| 69. | Rosmianty       | Lanrang                          | Perempuan   | 30 | Pegawai        |

|      |                    |                               |             |    |                 |
|------|--------------------|-------------------------------|-------------|----|-----------------|
|      |                    |                               |             |    | Swasta          |
| 70.  | Ratnawaty          | Rappang                       | Perempuan   | 40 | pedagang        |
| 71.  | Amir               | Rappang                       | Laki - Laki | 41 | Wiraswasta      |
| 72.  | Rosmaladewi        | Kadidi                        | Perempuan   | 35 | Pegawai Swasta  |
| 73.  | Anita              | Cipotakari                    | Perempuan   | 37 | Pegawai Swasta  |
| 74.  | Rosnaeni           | rijang bakie                  | Perempuan   | 30 | Wiraswasta      |
| 75.  | ervina laebe       | Jl. muhammadiyah rappang      | Perempuan   | 33 | pegawai honorer |
| 76.  | Marmi              | lempangnge                    | Perempuan   | 41 | Wiraswasta      |
| 77.  | Nurhayati          | bulo                          | Perempuan   | 38 | Pegawai Negeri  |
| 78.  | anshar rauf        | rappang                       | Laki - Laki | 33 | petani          |
| 79.  | darmawati laebe    | kadidi                        | Perempuan   | 44 | Pegawai Negeri  |
| 80.  | Riska              | Rappang                       | Perempuan   | 22 | Mahasiswa       |
| 81.  | Rosnanengsi        | kadidi                        | Perempuan   | 28 | Wiraswasta      |
| 82.  | wardatullativa     | Jl. Ambo nganro rappang       | Perempuan   | 25 | Wiraswasta      |
| 83.  | Nurul khalisah     | Bulo                          | Perempuan   | 22 | Wiraswasta      |
| 84.  | Widiawati          | Kadidi                        | Perempuan   | 35 | Pegawai Negeri  |
| 85.  | Nurlinda           | Bulo                          | Perempuan   | 22 | mahasiswa       |
| 86.  | wiwi permatasari   | Lanrang                       | Perempuan   | 36 | Wiraswasta      |
| 87.  | Asbar              | Rappang                       | Laki - Laki | 22 | Wiraswasta      |
| 88.  | ilham saputra      | Kadidi                        | Laki - Laki | 37 | Wiraswasta      |
| 89.  | asmar wayal fathan | lautang salo                  | Laki - Laki | 22 | Wiraswasta      |
| 90.  | ayus fira          | cipotakari                    | Perempuan   | 22 | Wiraswasta      |
| 91.  | Magfiratillah      | Jl. Sultan hasanuddin rappang | Perempuan   | 22 | Wiraswasta      |
| 92.  | Sutiana            | Bulo                          | Perempuan   | 30 | Wiraswasta      |
| 93.  | Muh.fadil          | Kadidi                        | Laki - Laki | 23 | Petani          |
| 94.  | Mardatillah        | Lautang salo                  | Perempuan   | 21 | Mahasiswa       |
| 95.  | Zulfikar           | Bulo                          | Laki - Laki | 23 | Wiraswasta      |
| 96.  | Shapri             | Bulo                          | Laki - Laki | 22 | Mahasiswa       |
| 97.  | Yassir             | jalan 40.000 jiwa Rappang     | Laki - Laki | 31 | Wiraswasta      |
| 98.  | Fasmawati          | Lanrang                       | Perempuan   | 38 | Pegawai Negeri  |
| 99.  | Jumriani           | Rappang                       | Perempuan   | 36 | Wiraswasta      |
| 100. | Sudirman           | Rijang bakie                  | Laki - Laki | 43 | Wiraswasta      |

## DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN

| NO | Gaya Hidup (X1) |      |      | Total | Pendapatan (X2) |      |      | Total |
|----|-----------------|------|------|-------|-----------------|------|------|-------|
|    | X1.1            | X1.2 | X1.3 |       | X2.1            | X2.2 | X2.3 |       |
| 1  | 4               | 3    | 3    | 10    | 4               | 4    | 4    | 12    |
| 2  | 4               | 4    | 4    | 12    | 4               | 4    | 5    | 13    |
| 3  | 5               | 5    | 4    | 14    | 4               | 5    | 3    | 12    |
| 4  | 3               | 3    | 3    | 9     | 2               | 2    | 3    | 7     |
| 5  | 4               | 4    | 3    | 11    | 5               | 5    | 5    | 15    |
| 6  | 4               | 4    | 5    | 13    | 5               | 4    | 4    | 13    |
| 7  | 3               | 4    | 4    | 11    | 4               | 5    | 3    | 12    |
| 8  | 5               | 5    | 5    | 15    | 4               | 5    | 4    | 13    |
| 9  | 3               | 4    | 4    | 11    | 3               | 5    | 3    | 11    |
| 10 | 2               | 2    | 4    | 8     | 2               | 5    | 5    | 12    |
| 11 | 4               | 4    | 4    | 12    | 3               | 4    | 5    | 12    |
| 12 | 5               | 5    | 5    | 15    | 5               | 5    | 5    | 15    |
| 13 | 4               | 4    | 4    | 12    | 5               | 3    | 4    | 12    |
| 14 | 4               | 3    | 3    | 10    | 4               | 4    | 4    | 12    |
| 15 | 4               | 4    | 5    | 13    | 5               | 4    | 5    | 14    |
| 16 | 3               | 3    | 3    | 9     | 3               | 3    | 4    | 10    |
| 17 | 4               | 5    | 4    | 13    | 4               | 4    | 4    | 12    |
| 18 | 4               | 4    | 4    | 12    | 3               | 4    | 4    | 11    |
| 19 | 4               | 4    | 3    | 11    | 4               | 4    | 4    | 12    |
| 20 | 4               | 3    | 4    | 11    | 5               | 5    | 4    | 14    |
| 21 | 4               | 4    | 4    | 12    | 4               | 4    | 5    | 13    |
| 22 | 5               | 5    | 5    | 15    | 5               | 5    | 4    | 14    |

|    |   |   |   |    |   |   |   |    |
|----|---|---|---|----|---|---|---|----|
| 23 | 5 | 4 | 5 | 14 | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 24 | 4 | 5 | 5 | 14 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 26 | 5 | 4 | 3 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 28 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 30 | 4 | 4 | 3 | 11 | 5 | 4 | 3 | 12 |
| 31 | 5 | 4 | 4 | 13 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 32 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 33 | 5 | 4 | 4 | 13 | 2 | 3 | 4 | 9  |
| 34 | 4 | 4 | 3 | 11 | 2 | 4 | 4 | 10 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 36 | 2 | 2 | 2 | 6  | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 37 | 4 | 4 | 3 | 11 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 41 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 12 | 2 | 3 | 4 | 9  |
| 43 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 47 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 11 |

|    |   |   |   |    |   |   |   |    |
|----|---|---|---|----|---|---|---|----|
| 49 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 52 | 4 | 4 | 3 | 11 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 54 | 4 | 5 | 4 | 13 | 2 | 4 | 4 | 10 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 12 | 2 | 4 | 4 | 10 |
| 67 | 4 | 4 | 5 | 13 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 58 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 60 | 2 | 2 | 2 | 6  | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 61 | 3 | 4 | 3 | 10 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 62 | 2 | 3 | 3 | 8  | 3 | 3 | 3 | 9  |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 9  | 2 | 2 | 2 | 6  |
| 64 | 4 | 3 | 3 | 10 | 3 | 5 | 5 | 13 |
| 65 | 4 | 3 | 4 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 9  | 3 | 2 | 4 | 9  |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 9  | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 69 | 4 | 3 | 5 | 12 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 70 | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 71 | 2 | 3 | 4 | 9  | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 72 | 5 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 73 | 5 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |

|     |   |   |   |    |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|----|---|---|---|----|
| 75  | 4 | 3 | 4 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 76  | 3 | 4 | 4 | 11 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 77  | 4 | 3 | 4 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 78  | 4 | 4 | 4 | 12 | 2 | 5 | 4 | 11 |
| 79  | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 80  | 3 | 4 | 4 | 11 | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 81  | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 82  | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 83  | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 84  | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 85  | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 3 | 3 | 9  |
| 86  | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 87  | 4 | 4 | 5 | 13 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 88  | 4 | 3 | 3 | 10 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 89  | 5 | 4 | 5 | 14 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 90  | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 91  | 3 | 4 | 4 | 11 | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 92  | 3 | 2 | 4 | 9  | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 93  | 4 | 5 | 4 | 13 | 3 | 4 | 5 | 12 |
| 94  | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 95  | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 96  | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 97  | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 98  | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 99  | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 100 | 4 | 3 | 3 | 10 | 4 | 5 | 4 | 13 |

| No | Konformitas (X3) |      |      |      | Total | Perilaku Konsumsi (Y) |     |     |     |     |     |     |     | Total |
|----|------------------|------|------|------|-------|-----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
|    | X3.1             | X3.2 | X3.3 | X3.4 |       | Y.1                   | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | Y.7 | Y.8 |       |
| 1  | 3                | 2    | 4    | 3    | 12    | 3                     | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 27    |
| 2  | 5                | 5    | 5    | 4    | 19    | 5                     | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 38    |
| 3  | 4                | 4    | 4    | 4    | 16    | 4                     | 5   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 32    |
| 4  | 4                | 3    | 3    | 3    | 13    | 4                     | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 22    |
| 5  | 4                | 4    | 4    | 3    | 15    | 5                     | 5   | 5   | 4   | 4   | 3   | 5   | 5   | 36    |
| 6  | 4                | 4    | 5    | 5    | 18    | 5                     | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 30    |
| 7  | 3                | 3    | 5    | 4    | 15    | 4                     | 3   | 5   | 4   | 3   | 3   | 5   | 4   | 31    |
| 8  | 3                | 3    | 5    | 4    | 15    | 5                     | 5   | 5   | 4   | 3   | 3   | 5   | 4   | 34    |
| 9  | 2                | 3    | 4    | 3    | 12    | 5                     | 3   | 4   | 2   | 4   | 3   | 4   | 3   | 28    |
| 10 | 2                | 3    | 4    | 4    | 13    | 4                     | 2   | 3   | 2   | 4   | 2   | 4   | 4   | 25    |
| 11 | 4                | 4    | 5    | 4    | 17    | 5                     | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 31    |
| 12 | 5                | 5    | 5    | 5    | 20    | 5                     | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 40    |
| 13 | 2                | 3    | 5    | 3    | 13    | 4                     | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 29    |
| 14 | 2                | 2    | 5    | 3    | 12    | 5                     | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 23    |
| 15 | 4                | 4    | 4    | 5    | 17    | 5                     | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 38    |
| 16 | 3                | 2    | 2    | 2    | 9     | 2                     | 3   | 4   | 3   | 4   | 2   | 4   | 4   | 26    |
| 17 | 5                | 4    | 5    | 4    | 18    | 4                     | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 35    |
| 18 | 4                | 4    | 5    | 4    | 17    | 5                     | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 34    |
| 19 | 3                | 4    | 4    | 4    | 15    | 5                     | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 31    |
| 20 | 3                | 4    | 5    | 4    | 16    | 5                     | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 35    |
| 21 | 3                | 2    | 4    | 3    | 12    | 5                     | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 31    |
| 22 | 4                | 3    | 5    | 5    | 17    | 5                     | 4   | 5   | 2   | 4   | 3   | 3   | 4   | 30    |
| 23 | 4                | 4    | 5    | 5    | 18    | 4                     | 4   | 5   | 4   | 4   | 3   | 4   | 5   | 33    |

|    |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 24 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 33 |
| 25 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 26 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 28 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 29 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 32 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 34 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 35 | 2 | 1 | 2 | 3 | 8  | 4 | 3 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 24 |
| 36 | 1 | 2 | 4 | 2 | 9  | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 21 |
| 37 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 30 |
| 38 | 3 | 4 | 5 | 3 | 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 30 |
| 39 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 41 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 43 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 31 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 46 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 47 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 49 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 30 |

|    |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 50 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 28 |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 52 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 30 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 39 |
| 54 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 32 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 33 |
| 67 | 2 | 4 | 5 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 32 |
| 58 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 33 |
| 60 | 3 | 5 | 3 | 5 | 16 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 27 |
| 61 | 2 | 2 | 5 | 3 | 12 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 63 | 3 | 2 | 1 | 3 | 9  | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 25 |
| 64 | 1 | 3 | 3 | 2 | 9  | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 21 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 66 | 2 | 1 | 4 | 1 | 8  | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 17 |
| 67 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 68 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 35 |
| 69 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 70 | 2 | 3 | 3 | 4 | 12 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 71 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 72 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 73 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 74 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |

|     |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 76  | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 77  | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 78  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 79  | 4 | 3 | 5 | 3 | 15 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26 |
| 80  | 5 | 3 | 5 | 4 | 17 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 28 |
| 81  | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 82  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 83  | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 84  | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 85  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 86  | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 28 |
| 87  | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 88  | 2 | 4 | 5 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 89  | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 90  | 3 | 3 | 5 | 4 | 15 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28 |
| 91  | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 92  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 93  | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 35 |
| 94  | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 95  | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 32 |
| 96  | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 97  | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 98  | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 99  | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 100 | 3 | 4 | 5 | 3 | 15 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 29 |

## HASIL SPSS

### 1. Hasil Uji Analisis Deskriptif

#### Descriptive Statistics

|                    | N   | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|---------|----------------|
| Gaya Hidup         | 100 | 6.00    | 15.00   | 11.6100 | 1.64467        |
| Pendapatan         | 100 | 6.00    | 15.00   | 11.9100 | 1.60237        |
| Konformitas        | 100 | 8.00    | 20.00   | 15.2400 | 2.30993        |
| Perilaku Konsumsi  | 100 | 17.00   | 40.00   | 30.8700 | 3.88640        |
| Valid N (listwise) | 100 |         |         |         |                |

### 2. Hasil Uji Validitas

#### a. Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X1)

##### Correlations

|            |                     | X1.1   | X1.2   | X1.3   | Gaya Hidup |
|------------|---------------------|--------|--------|--------|------------|
| X1.1       | Pearson Correlation | 1      | .626** | .426** | .830**     |
|            | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000   | .000       |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100        |
| X1.2       | Pearson Correlation | .626** | 1      | .462** | .844**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .000       |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100        |
| X1.3       | Pearson Correlation | .426** | .462** | 1      | .780**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |        | .000       |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100        |
| Gaya Hidup | Pearson Correlation | .830** | .844** | .780** | 1          |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   |            |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100        |

#### b. Uji Validitas Variabel Pendapatan (X2)

##### Correlations

|      |                     | X2.1 | X2.2   | X2.3   | Pendapatan |
|------|---------------------|------|--------|--------|------------|
| X2.1 | Pearson Correlation | 1    | .464** | .275** | .822**     |
|      | Sig. (2-tailed)     |      | .000   | .006   | .000       |
|      | N                   | 100  | 100    | 100    | 100        |

|            |                     |        |        |        |        |
|------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| X2.2       | Pearson Correlation | .464** | 1      | .351** | .790** |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .000   |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X2.3       | Pearson Correlation | .275** | .351** | 1      | .652** |
|            | Sig. (2-tailed)     | .006   | .000   |        | .000   |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Pendapatan | Pearson Correlation | .822** | .790** | .652** | 1      |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   |        |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    |

c. Uji Validitas Variabel Konformitas (X3)

| Correlations |                     |        |        |        |        |             |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|-------------|
|              |                     | X3.1   | X3.2   | X3.3   | X3.4   | Konformitas |
| X3.1         | Pearson Correlation | 1      | .559** | .249   | .432** | .771**      |
|              | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .012   | .000   | .000        |
|              | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X3.2         | Pearson Correlation | .559** | 1      | .367** | .627** | .846**      |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .000   | .000        |
|              | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X3.3         | Pearson Correlation | .249   | .367** | 1      | .281** | .623**      |
|              | Sig. (2-tailed)     | .012   | .000   |        | .005   | .000        |
|              | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X3.4         | Pearson Correlation | .432** | .627** | .281** | 1      | .762**      |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .005   |        | .000        |
|              | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| Konformitas  | Pearson Correlation | .771** | .846** | .623** | .762** | 1           |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   |             |
|              | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |

d. Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi Irasional (Y)

**Correlations**

|                   |                     | Y1     | Y2     | Y3     | Y4     | Y5     |
|-------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Y1                | Pearson Correlation | 1      | .268** | .196   | .146   | .149   |
|                   | Sig. (2-tailed)     |        | .007   | .050   | .147   | .139   |
|                   | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y2                | Pearson Correlation | .268** | 1      | .521** | .565** | .533** |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .007   |        | .000   | .000   | .000   |
|                   | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y3                | Pearson Correlation | .196   | .521** | 1      | .304** | .446** |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .050   | .000   |        | .002   | .000   |
|                   | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y4                | Pearson Correlation | .146   | .565** | .304** | 1      | .602** |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .147   | .000   | .002   |        | .000   |
|                   | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y5                | Pearson Correlation | .149   | .533** | .446** | .602** | 1      |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .139   | .000   | .000   | .000   |        |
|                   | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y6                | Pearson Correlation | .148   | .546** | .337** | .628** | .489** |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .140   | .000   | .001   | .000   | .000   |
|                   | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y7                | Pearson Correlation | .181   | .567** | .452** | .446** | .500** |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .072   | .000   | .000   | .000   | .000   |
|                   | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y8                | Pearson Correlation | .023   | .216   | .470** | .330** | .390** |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .820   | .031   | .000   | .001   | .000   |
|                   | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Perilaku Konsumsi | Pearson Correlation | .367** | .792** | .672** | .761** | .763** |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |
|                   | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

**Correlations**

|    |                     | Y6     | Y7     | Y8   | Perilaku Konsumsi |
|----|---------------------|--------|--------|------|-------------------|
| Y1 | Pearson Correlation | .148   | .181   | .023 | .367**            |
|    | Sig. (2-tailed)     | .140   | .072   | .820 | .000              |
|    | N                   | 100    | 100    | 100  | 100               |
| Y2 | Pearson Correlation | .546** | .567** | .216 | .792**            |
|    | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .031 | .000              |
|    | N                   | 100    | 100    | 100  | 100               |

|                      |                     |        |        |        |        |
|----------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| Y3                   | Pearson Correlation | .337** | .452** | .470** | .672** |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .001   | .000   | .000   | .000   |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y4                   | Pearson Correlation | .628** | .446** | .330** | .761** |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .001   | .000   |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y5                   | Pearson Correlation | .489** | .500** | .390** | .763** |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y6                   | Pearson Correlation | 1      | .479** | .252*  | .745** |
|                      | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .011   | .000   |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y7                   | Pearson Correlation | .479** | 1      | .324** | .748** |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .001   | .000   |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y8                   | Pearson Correlation | .252*  | .324** | 1      | .529** |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .011   | .001   |        | .000   |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Perilaku<br>Konsumsi | Pearson Correlation | .745** | .748** | .529** | 1      |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   |        |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    |

### 3. Hasil Uji Reabilitas

#### c. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (X1)

##### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .751             | 3          |

#### d. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pendapatan (X2)

##### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .623             | 3          |

## e. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konformitas (X3)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .739             | 4          |

## f. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumsi Irasional (Y)

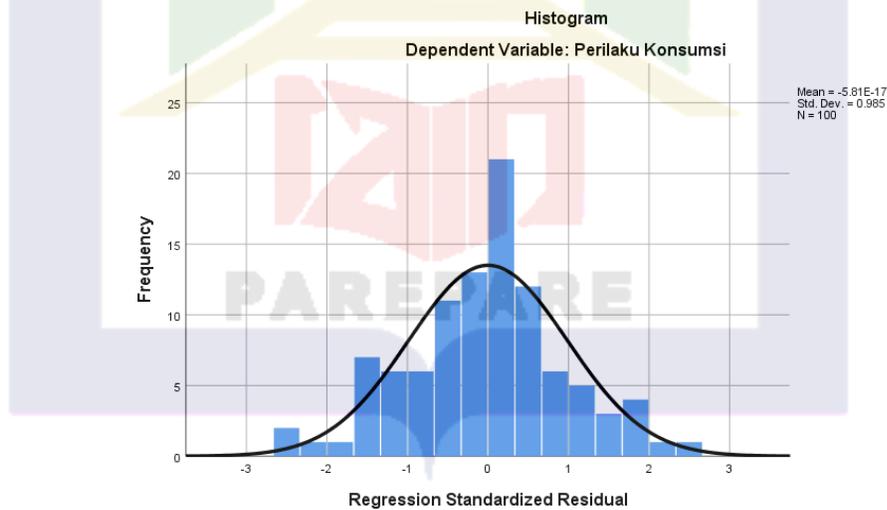
**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .834             | 8          |

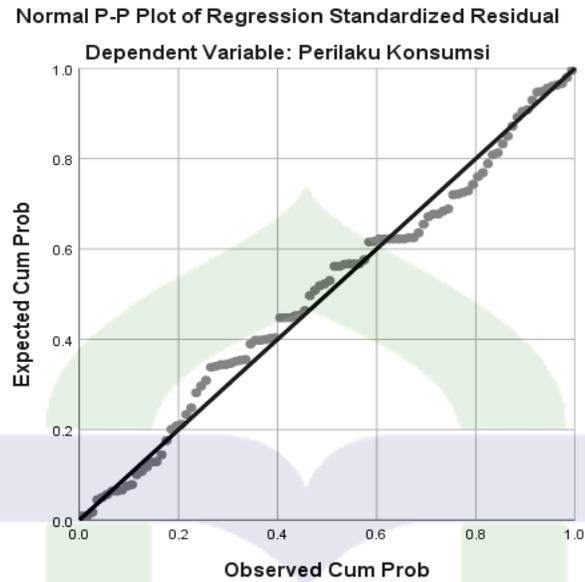
**4. Hasil Uji Asumsi Klasik**

## a. Hasil Uji Normalitas

## 1) Hasil Uji Histogram



2) Hasil Uji P-Plot



3) Hasil *Kolmogorov-Smirnov*

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 2.29971505              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .076                    |
|                                  | Positive       | .059                    |
|                                  | Negative       | -.076                   |
| Test Statistic                   |                | .076                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .171 <sup>c</sup>       |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

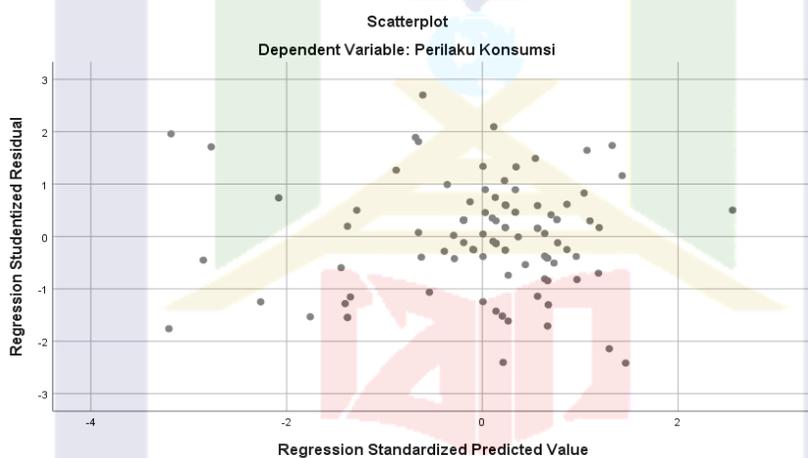
b. Hasil Uji Multikolonieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant) | 4.103                       | 2.381      |                           | 1.723 | .088 |                         |       |
| Gaya Hidup   | .619                        | .164       | .262                      | 3.780 | .000 | .759                    | 1.317 |
| Pendapatan   | .321                        | .148       | .132                      | 2.164 | .033 | .973                    | 1.027 |
| Konformitas  | 1.034                       | .116       | .614                      | 8.895 | .000 | .765                    | 1.308 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

c. Uji Heteroskedastisitas



5. Uji One Sample T-test

a. Hasil Uji *One Sample T-test* Variabel Gaya Hidup (X1)

**One-Sample Test**

Test Value = 77

|            | t        | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |          |
|------------|----------|----|-----------------|-----------------|---|----------|
|            |          |    |                 |                 | Lower                                     | Upper    |
| Gaya Hidup | -397.587 | 99 | .000            | -65.39000       | -65.7163                                  | -65.0637 |

b. Hasil Uji *One Sample T-test* Variabel Pendapatan (X2)

**One-Sample Test**

Test Value = 79

|            | t        | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |          |
|------------|----------|----|-----------------|-----------------|---|----------|
|            |          |    |                 |                 | Lower                                     | Upper    |
| Pendapatan | -418.693 | 99 | .000            | -67.09000       | -67.4079                                  | -66.7721 |

c. Hasil Uji *One Sample T-test* Variabel Konformitas (X3)

**One-Sample Test**

Test Value = 76

|             | t        | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |          |
|-------------|----------|----|-----------------|-----------------|---|----------|
|             |          |    |                 |                 | Lower                                     | Upper    |
| Konformitas | -263.039 | 99 | .000            | -60.76000       | -61.2183                                  | -60.3017 |

d. Hasil Uji *One Sample T-test* Variabel Perilaku Konsumsi Irasional (Y)

**One-Sample Test**

Test Value = 77

|                   | t        | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |          |
|-------------------|----------|----|-----------------|-----------------|---|----------|
|                   |          |    |                 |                 | Lower                                     | Upper    |
| Perilaku Konsumsi | -118.696 | 99 | .000            | -46.13000       | -46.9011                                  | -45.3589 |

## 6. Uji Korelasi Pearson Product Moment

**Correlations**

|                   |                     | Gaya Hidup | Pendapatan | Konformitas | Perilaku Konsumsi |
|-------------------|---------------------|------------|------------|-------------|-------------------|
| Gaya Hidup        | Pearson Correlation | 1          | .151       | .482**      | .578**            |
|                   | Sig. (2-tailed)     |            | .133       | .000        | .000              |
|                   | N                   | 100        | 100        | 100         | 100               |
| Pendapatan        | Pearson Correlation | .151       | 1          | .126        | .250*             |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .133       |            | .212        | .012              |
|                   | N                   | 100        | 100        | 100         | 100               |
| Konformitas       | Pearson Correlation | .482**     | .126       | 1           | .757**            |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .000       | .212       |             | .000              |
|                   | N                   | 100        | 100        | 100         | 100               |
| Perilaku Konsumsi | Pearson Correlation | .578**     | .250*      | .757**      | 1                 |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .000       | .012       | .000        |                   |
|                   | N                   | 100        | 100        | 100         | 100               |

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

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

## 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

### a. Tabel Anova

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 971.730        | 3  | 323.910     | 59.390 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 523.580        | 96 | 5.454       |        |                   |
| Total |            | 1495.310       | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), Konformitas, Pendapatan, Gaya Hidup

b. Tabel Coefficients

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |             | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)  | 4.103                       | 2.381      |                           | 1.723 | .088 |
|       | Gaya Hidup  | .619                        | .164       | .262                      | 3.780 | .000 |
|       | Pendapatan  | .321                        | .148       | .132                      | 2.164 | .033 |
|       | Konformitas | 1.034                       | .116       | .614                      | 8.895 | .000 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

**8. Hasil Uji Hipotesis**

a. Hasil Uji T (Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |             | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)  | 4.103                       | 2.381      |                           | 1.723 | .088 |
|       | Gaya Hidup  | .619                        | .164       | .262                      | 3.780 | .000 |
|       | Pendapatan  | .321                        | .148       | .132                      | 2.164 | .033 |
|       | Konformitas | 1.034                       | .116       | .614                      | 8.895 | .000 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Hasil Uji F (Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 971.730        | 3  | 323.910     | 59.390 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 523.580        | 96 | 5.454       |        |                   |
|       | Total      | 1495.310       | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), Konformitas, Pendapatan, Gaya Hidup

c. Hasil Uji  $R^2$  (Koefisien Determinasi)

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .806 <sup>a</sup> | .650     | .639              | 2.335                      |

a. Predictors: (Constant), Konformitas, Pendapatan, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi



## BIODATA PENULIS



**Nurhalifa Jamaluddin**, Lahir pada tanggal 17 April 2002 di Rappang, Kabupaten Sidenreng Rappang. Merupakan putri bungsu dari Bapak Jamaluddin dan Ibu Hasni Saini. Memulai pendidikan Sekolah Dasar di SDN 4 Rappang, Kabupaten Sidenreng Rappang pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah YMPI Rappang sejak tahun 2014 dan lulus pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan Pendidikan Madrasah Aliyah YMPI Rappang pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri Parepare dengan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis pernah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Reguler angkatan 34 pada tahun 2023 di Desa Karrang, Kabupaten Enrekang dan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Sidenreng Rappang. Dan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi, penulis mengajukan skripsi dengan judul *“Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang”*