

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari berdiri pada tanggal 12 Februari 2015 berdasarkan Kemenag No 9 tahun 2015 tentang organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Kendari. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki dua jurusan yaitu ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Cikal bakal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ini sudah ada sejak tahun 1999 yaitu program studi ekonomi islam dengan konsentrasi Perbankan Syariah jurusan Syariah. Izin penyelenggaraannya berdasarkan keputusan direktur jendral kelembagaan Agama Islam NO.DJ.II/193.2003 tentang izin penyelenggaraan program studi ekonomi islam pada jurusan syariah STAIN Kendari. Pada dictum yang keempat keputusan tersebut program studi ekonomi islam pada jurusan syariah yang tidak boleh menerima mahasiswa baru termasuk mahasiswa pindahan, mulai pada tahun 2003/2004.

Pada tahun 2008 terbit keputusan direktur jendreal pendidikan islam. Nomor., DJ.I/385/2008 tentang perpanjangan izin penyelenggaraan program studi pada perguruan tinggi Agama Islam termasuk salah satu di antaranya program studi Ekonomi Islam (SI) dengan masa berlaku 5 tahun. Sehingga pada tahun 2009 STAIN Kendari menerima kembali mahasiswa baru untuk program studi

Ekonomi Islam. Berdasarkan akredita BAN-PT No. 0.30/ BAN-PT/AK-XV/SI/X/2012 program studi Ekonomi Islam terakreditasi C. kemudian keluar keputusan direktur jendral pendidikan islam Nomor 4076 Tahun 2014 tentang penyesuaian Nomenklatur Program Studi pada program sarjana STAIN Sultan Qaimuddin Kendari Ekonomi Islam berubah menjadi Ekonomi Syariah dengan gelar akademik SE.sy dan sekarang telah berubah menjadi SE dengan akreditasi B.

Program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah merupakan program studi yang berada di jurusan syariah dan ekonomi islam berbeda dengan program studi muamalah dan ahwal al-syakhyyah STAIN Sultan Qaimuddin Kendari sampai STAIN Kendari beralih status IAIN Kendari.

Langkah awal fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari sebagai Fakultas baru penataan dan pembenahan kelembagaan, fasilitas, mekanisme administrasi dan rencana strategis. Fakultas ini termasuk diminati oleh masyarakat khususnya para calon mahasiswa baru. Pada awal tahun terdirinya mahasiswa hanya 142 orang sedangkan saat ini total jumlah mahasiswa adalah sebanyak

1. Visi Misi

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari
“Menjadi Fakultas yang unggul dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang Transdisipliner.

Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Berkualitas.

2. Melaksanakan penelitian dan pengembangan Ekonomi dan Bisnis Islam yang Responitif.
3. Melaksanakan pengabdian melalui pemberdayaan Ekonomi Masyarakat.
4. Mewujudkan Tata Kelola Fakultas dan Pelayanan Ekonomi Masyarakat.
5. Memperluas jaringan kerjasama dan Sinergisitas dan Lembaga-lembaga Berbasis Ekonomi dan Alumni.

4.2. Teknis analisis Data

4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk merumuskan dan menginterpretasikan hasil penelitian berupa identitas responden dan deskriptif variabel. Instrumen yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuesioner yang dibagikan ke 89 responden, dimana responden yang menjawab kuesioner ini adalah mahasiswa semester strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari 2020-2022. Kuesioner berisikan 37 butir pertanyaan yang terdiri dari 4 butir pertanyaan untuk variabel X1 (Uang Saku), 5 butir pertanyaan untuk variabel X2 (Gaya Hidup), 6 butir pertanyaan untuk X3 (Lingkungan Sosial) dan 22 butir pertanyaan untuk variabel Y (Gaya Hidup Konsumtif).

a) Analisis Deskriptif Responden

1.) Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

| No | Program Studi | Jumlah (Orang) |
|---------------|--------------------------|----------------|
| 1 | Ekonomi Syariah | 44 |
| 2 | Perbankan Syariah | 45 |
| Jumlah | | 89 |

Sumber: Diolah dilapangan, Tahun 2023

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa dari 89 responden, sebanyak 44 mahasiswa Ekonomi Syariah dan 45 mahasiswa Perbankan Syariah. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah responden dari program studi Perbankan Syariah.

2.) Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Angkatan

| No | Angkatan | Jumlah |
|---------------|-------------|-----------|
| 1. | 2020 | 30 |
| 2. | 2021 | 26 |
| 3. | 2022 | 33 |
| Jumlah | | 89 |

Sumber: Diolah dilapangan, Tahun 2023

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa dari 89 responden, sebanyak 30 mahasiswa angkatan 2020, sebanyak 26 mahasiswa dari angkatan 2021 dan sebanyak 33 mahasiswa angkatan 2022. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah responden yang berasal dari angkatan 2022.

3.) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Ayah

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan Ayah

| No | Pekerjaan | Jumlah | Persentase (%) |
|----|------------------|--------|----------------|
| 1. | Petani | 36 | 40,9% |
| 2. | Wiraswata | 30 | 34,1% |
| 3. | PNS | 18 | 20,2% |
| 4. | Nelayan | 2 | 2,4% |
| 5. | Pensiunan | 2 | 2,4% |
| | Jumlah | 89 | 100% |

Sumber: Diolah dilapangan, Tahun 2023

Pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa dari 89 responden, sebanyak 36 mahasiswa yang mana pekerjaan ayahnya sebagai petani, sebanyak 30 mahasiswa pekerjaan ayahnya sebagai wiraswasta, sebanyak 19 mahasiswa pekerjaan ayah sebagai PNS, 2 orang mahasiswa pekerjaan ayah sebagai nelayan .2 orang mahasiswa pekerjaan ayah sebagai pensiunan.

4.) Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku

Tabel. 4.4

| No | Jumlah Uang Saku | Jumlah Orang | Presentase (%) |
|----|-----------------------------|--------------|----------------|
| 1. | Rp. 300.000- Rp. 400.000 | 10 | 11,4% |
| 2. | Rp. 400.000- Rp. 500.000 | 11 | 12,5% |
| 3. | Rp. 600.000-Rp. 900.000 | 44 | 50% |
| 4. | Rp. 1.000.000-Rp. 1.400.000 | 18 | 20,4% |
| 5. | Rp. 1.500.000-Rp. 2.000.000 | 6 | 5,7% |
| | Total | 89 | 100% |

Sumber diolah dilapangan, tahun 2023

4.3. Analisis Deskriptif Variabel

1) Variabel Uang Saku

Pada bagian ini menunjukkan frekuensi alternatif jawaban yang dipilih oleh setiap responden yang pada setiap item pertanyaan untuk variabel uang saku (XI).

Tabel 4.5
Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Uang Saku

| Pernyataan | STS | | TS | | N | | S | | SS | | Total | |
|------------|-----|-----|----|------|----|------|----|------|----|------|-------|-----|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| P1 | 0 | 0,0 | 22 | 24,0 | 33 | 37,0 | 24 | 26,9 | 10 | 11,2 | 89 | 100 |
| P2 | 0 | 0,0 | 20 | 22,4 | 32 | 35,9 | 29 | 32,5 | 8 | 8,9 | 89 | 100 |
| P3 | 0 | 0,0 | 26 | 29,2 | 16 | 17,9 | 31 | 34,8 | 16 | 17,9 | 89 | 100 |
| P4 | 0 | 0,0 | 30 | 33,7 | 12 | 13,4 | 27 | 30,3 | 19 | 21,3 | 89 | 100 |

Sumber: Diolah dilapangan. Tahun 2023

Keterangan:

- a. Pada pernyataan bahwa dengan adanya literasi keuangan dapat mempengaruhi saya untuk berperilaku konsumtif. Dari 89 responden terdapat 10 (11,2%) menyatakan sangat setuju, 24 (26,9%) setuju, 33 (37,0%) Netral dan Tidak setuju 22 (24.0%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa 10 responden mengatakan sangat setuju dan 24 responden mengatakan setuju, 22 responden tidak setuju, 33 responden menyatakan netral bahwa dengan adanya literasi keuangan dapat mempengaruhi untuk berperilaku konsumtif.
- b. Pada pernyataan bahwa dengan adanya literasi keuangan membuat saya susah dalam menentukan pilihan dalam berperilaku konsumtif. menyatakan bahwa sebanyak 8

(8,9%) sangat setuju, 29 (32,5%) setuju, 32 (35,9%) Netral dan tidak setuju 20 (22,4%). Hal ini berarti menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari menyatakan Netral dengan pernyataan literasi keuangan susah dalam menentukan pilihan dalam berperilaku konsumtif.

- c. Pada pernyataan bahwa pendapatan dapat mempengaruhi saya untuk berperilaku konsumtif. menyatakan bahwa sebanyak 16 (17,9%) sangat setuju, 31 (34,8%) setuju, 16 (17,9%) Netral dan tidak setuju 26 (29,2%). Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih banyak memilih netral.
- d. Pada pernyataan bahwa dengan semakin banyak pendapatan saya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif. menyatakan bahwa 19 (21,3%) sangat setuju, 27 (30,3%) setuju, 12 (13,4) Netral dan tidak setuju 30 (33,7%).

2) Variabel Online Shop

Pada bagian ini menunjukkan frekuensi alternatif jawaban yang dipilih oleh setiap responden yang pada setiap item pertanyaan untuk variabel Online Shop (X2).

Tabel 4.6

| Pernyataan | STS | | TS | | N | | S | | SS | | Total | |
|------------|-----|-----|----|------|----|------|----|------|----|------|-------|-----|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| P1 | 4 | 4,4 | 4 | 4,4 | 4 | 4,4 | 48 | 53,9 | 29 | 32,5 | 89 | 100 |
| P2 | 0 | 0,0 | 5 | 5,6 | 9 | 10,1 | 49 | 55,0 | 26 | 20,2 | 89 | 100 |
| P3 | 0 | 0,0 | 13 | 14,6 | 6 | 6,7 | 57 | 64,0 | 13 | 14,6 | 89 | 100 |
| P4 | 0 | 0,0 | 1 | 1,1 | 10 | 11,2 | 47 | 52,8 | 31 | 34,8 | 89 | 100 |
| P5 | 0 | 0,0 | 5 | 5,6 | 9 | 10,1 | 57 | 64,0 | 18 | 20,2 | 89 | 100 |

Sumber: Diolah dilapangan. Tahun 2023

Keterangan:

- a. Pada pernyataan dengan berbelanja online/*Online Shop*, tidak perlu keluar rumah untuk mendapatkan barang yang saya inginkan, dan dapat membuat saya berperilaku konsumtif. Dari 89 responden terdapat 29 (32,5%) sangat setuju, 48 (53,9%) setuju, 4 (4,4%) netral, 4 (4,4) tidak setuju dan 4 (4,4) sangat tidak setuju.
- b. Pada pernyataan saya sangat merasa nyaman dengan berbelanja online, karena tidak menyita banyak waktu untuk mendapatkan barang-barang yang saya inginkan, dan dapat membuat saya berperilaku konsumtif. Dari 89 responden terdapat 26 (20,2%) sangat setuju, 49 (55,0%) setuju, 9 (10,1%) netral dan tidak setuju 5(5,6%).
- c. Pada pernyataan saya merasa nyaman dan mudah karena *Online Shop* menawarkan banyak kemudahan dan keuntungan, dan dapat membuat saya berperilaku konsumtif. Dari 89 responden 13 (14,6%) sangat setuju, 57 (64,0%) setuju, 6 (6,7%) netral dan tidak setuju 13 (14,6%).
- d. Pada pernyataan saya sangat senang dan mudah dengan adanya online shop, tidak harus keluar rumah atau mengeluarkan transportasi dan waktu untuk ketoko, hal tersebut dapat membuat saya berperilaku konsumtif. dari 89 responden terdapat 31 (34,8%) sangat setuju, 47(52,8) setuju, 10(11,1%) Netral dan tidak setuju 1(1,1) tidak setuju.

- e. Pada pernyataan saya merasa nyaman dengan adanya belanja online atau Online Shop sebagai salah satu produk yang dibutuhkan manusia, dan dapat membuat saya berperilaku konsumtif. Dari 89 responden 18 (20,2%) sangat setuju, 47 (64,0) setuju, 9 (10,1) Netral dan 5 (5,6%) tidak setuju.

3) Variabel Lingkungan Sosial

Pada bagian ini menunjukkan frekuensi alternatif jawaban yang dipilih oleh setiap responden yang pada setiap item pertanyaan untuk variabel Lingkungan Sosial (X3).

Tabel 4.7

| Pernyataan | STS | | TS | | N | | S | | SS | | Total | |
|------------|-----|-----|----|------|----|------|----|------|----|------|-------|-----|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| P1 | 0 | 0,0 | 26 | 29,2 | 21 | 23,5 | 40 | 44,9 | 2 | 2,2 | 89 | 100 |
| P2 | 4 | 4,4 | 28 | 31,4 | 14 | 15,7 | 30 | 33,7 | 13 | 14,6 | 89 | 100 |
| P3 | 0 | 0,0 | 3 | 3,3 | 24 | 26,9 | 56 | 62,9 | 6 | 6,7 | 89 | 100 |
| P4 | 6 | 6,7 | 18 | 20,2 | 19 | 21,3 | 44 | 49,4 | 2 | 2,2 | 89 | 100 |
| P5 | 0 | 0,0 | 12 | 13,4 | 30 | 33,7 | 44 | 49,4 | 3 | 3,3 | 89 | 100 |
| P6 | 3 | 3,3 | 18 | 20,2 | 26 | 29,2 | 39 | 43,8 | 3 | 3,3 | 89 | 100 |

Sumber: Diolah dilapangan pada.Tahun 2023

Keterangan:

- Pada pernyataan saya merasa lingkungan sekolah yang mempengaruhi saya untuk berperilaku konsumtif. Dari 89 responden 2 (2,2%) sangat setuju,40 (44,9%) setuju, 21 (23,5) Netral dan 26 (29,2) tidak setuju.
- Pada pernyataan saya merasa bahwa keluarga saya yang selalu mendorong saya dalam berperilaku konsumtif. Dari 89 responden 13 (14,6) sangat setuju,30 (33,7) setuju, Netral

- 14 (15,7) dan Tidak setuju 28 (31,4),4 (4,4) sangat tidak setuju
- c. Pada pertanyaan saya merasa lingkungan sekolah yang mempengaruhi saya untuk berperilaku konsumtif. Dari 89 responden 6 (6,7) sangat setuju, 56 (62,9) setuju, Netral 24 (26,9) dan 3 (3,3) tidak setuju.
- d. Pada pernyataan saya merasa bersaing dengan teman-teman sekolah saya yang selalu berpenampilan menarik dengan barang-barang brand, dan saya terpengaruh untuk memiliki barang –barang seperti mereka, dan bisa membuat saya berperilaku konsumtif. Dari responden 2 (2,2) sangat setuju, 44 (49,9) setuju, Netral 19 (21,3), 18 (20,2) tidak setuju dan 6 (6,7) sangat tidak setuju.
- e. Pada pernyataan saya merasa bahwa lingkungan masyarakatlah yang mempengaruhi saya berpengaruh. Dari responden 3 (3,3) sangat setuju, 44 (49,4) setuju, 30 (33,7) netral dan 12 (13,4) tidak setuju.
- f. Pada pernyataan dengan saya merasa bahwa dengan adanya masyarakatlah yang selalu memakai barang-barang bagus dan kekinian membuat saya ingin memiliki barang-barang tersebut dan dapat menyebabkan saya berperilaku konsumtif. Dari responden 3 (3,3) sangat setuju, 39 (43,3) setuju, Netral 26 (29,2) , tidak setuju 18 (20,2) dan 3 (3,3) sangat tidak setuju.

4) Variabel Gaya Hidup Konsumtif

Pada bagian ini menunjukkan frekuensi alternatif jawaban yang dipilih oleh setiap responden yang pada setiap item pertanyaan untuk variabel Gaya Hidup Konsumtif

Tabel 4.8

| Pernyataan | STS | | TS | | N | | S | | SS | | Total | |
|------------|-----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|-------|------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| P1 | 0 | 0,0 | 18 | 20,2 | 11 | 12,3 | 52 | 58,4 | 8 | 8,9 | 89 | 100% |
| P2 | 0 | 0,0 | 6 | 6,7 | 8 | 8,9 | 59 | 66,2 | 16 | 17,9 | 89 | 100% |
| P3 | 0 | 0,0 | 17 | 19,9 | 17 | 19,9 | 45 | 50,5 | 10 | 11,2 | 89 | 100% |
| P4 | 0 | 0,0 | 5 | 5,6 | 24 | 26,9 | 53 | 59,5 | 7 | 7,8 | 89 | 100% |
| P5 | 0 | 0,0 | 17 | 19,1 | 24 | 26,9 | 38 | 42,6 | 10 | 11,2 | 89 | 100% |
| P6 | 5 | 5,6 | 15 | 16,8 | 23 | 25,8 | 36 | 40,4 | 10 | 11,2 | 89 | 100% |
| P7 | 6 | 6,7 | 23 | 25,8 | 34 | 38,2 | 24 | 26,9 | 2 | 2,2 | 89 | 100% |
| P8 | 3 | 3,3 | 3 | 3,3 | 46 | 51,6 | 34 | 38,2 | 3 | 3,3 | 89 | 100% |
| P9 | 12 | 13,4 | 15 | 16,8 | 47 | 52,8 | 12 | 13,4 | 3 | 3,3 | 89 | 100% |
| P10 | 17 | 19,1 | 38 | 42,6 | 28 | 31,4 | 3 | 3,3 | 3 | 3,3 | 89 | 100% |
| P11 | 20 | 22,4 | 30 | 33,7 | 30 | 33,7 | 9 | 10,1 | 0 | 0,0 | 89 | 100% |
| P12 | 15 | 16,6 | 24 | 26,9 | 34 | 38,2 | 16 | 17,9 | 0 | 0,0 | 89 | 100% |
| P13 | 17 | 19,1 | 26 | 29,2 | 40 | 44,9 | 3 | 3,3 | 3 | 3,3 | 89 | 100% |
| P14 | 9 | 10,1 | 22 | 24,7 | 47 | 52,8 | 8 | 8,9 | 3 | 3,3 | 89 | 100% |
| P15 | 12 | 13,4 | 21 | 23,5 | 34 | 38,2 | 19 | 21,3 | 2 | 2,2 | 89 | 100% |
| P16 | 15 | 16,6 | 14 | 15,7 | 34 | 38,2 | 23 | 25,8 | 3 | 3,3 | 89 | 100% |
| P17 | 11 | 12,3 | 20 | 22,4 | 42 | 47,1 | 10 | 11,2 | 6 | 6,7 | 89 | 100% |
| P18 | 17 | 19,1 | 29 | 32,5 | 35 | 39,3 | 5 | 5,6 | 3 | 3,3 | 89 | 100% |
| P19 | 14 | 15,7 | 36 | 40,4 | 29 | 32,5 | 10 | 11,2 | 0 | 0 | 89 | 100% |
| P20 | 10 | 11,2 | 33 | 37,0 | 39 | 43,8 | 7 | 7,8 | 0 | 0,0 | 89 | 100% |
| P21 | 13 | 14,6 | 23 | 25,8 | 37 | 41,5 | 16 | 17,9 | 0 | 0,0 | 89 | 100% |
| P22 | 7 | 7,8 | 24 | 26,9 | 36 | 40,4 | 19 | 21,3 | 3 | 3,3 | 89 | 100% |

Sumber: Diolah Dilapangan Tahun 2023

Keterangan:

1. Pada pernyataan saya merasa tertarik untuk belanja online karena kupon hadiah yang sangat banyak. Dari 89 responden 8 (8,9%) sangat setuju, 52 (58,4%) setuju, 11(12,3%) dan 18 (20,1%) tidak setuju membeli barang online karena kupon hadiah yang sangat banyak.

2. Pada pernyataan saya belanja online karena adanya promo yang ditawarkan. Dari 89 responden 16 (17,9%) sangat setuju, 59 (66,2%) setuju, Netral 8 (8,9) dan 6 (6,7) tidak setuju.
3. Pada pernyataan saya tertarik belanja online yang dipromosikan oleh artis atau idola. Dari 89 responden 10 (11,2%) sangat setuju, 45 (50,5%) setuju, Netral 17 (19,9) dan tidak setuju 17 (19,9%)
4. Pada pernyataan akan membeli produk dengan bentuk/kemasan yang menarik. 89 responden 7 (7,8) sangat setuju, 53 (59,5) setuju, 24 (26,9) netral dan 5 (5,6) tidak setuju.
5. Pada pernyataan saya membeli produk apabila kemasannya menarik dan lucu. Dari 89 responden 10 (11,2) sangat setuju, 38 (42,6) setuju, 24 (26,9) netral dan 17 (19,1) tidak setuju.
6. Pada pernyataan saya membeli produk hanya dengan melihat kemasannya yang rapi dan dihias dengan kemasan yang menarik. Dari 89 responden 10 (11,2%) sangat setuju, 36 (40,4) setuju, 23 (25,8) netral, 15 (16,8) tidak setuju dan 5 (5,6) sangat tidak setuju.
7. Pada pernyataan saya membeli barang yang bermerek untuk menjaga gengsi. Dari 89 responden terdapat 2 (2,2%) sangat setuju, 24 (26,9) setuju, 34 (38,2) netral, 23 (25,8) tidak setuju dan 6 (6,7) sangat setuju.

8. Pada pernyataan saya membeli pakaian yang bermerek untuk menjaga penampilan saya, membeli produk untuk image diri saya. Dari 89 responden terdapat 3 (3,3) sangat setuju, 34 (38,2) setuju, 46 (51,6) netral, 3 (3,3) tidak setuju dan 3 (3,3) sangat tidak setuju.
9. Pada pernyataan saya biasa membeli produk mahal agar tampil percaya diri. Dari 89 responden terdapat 3 (3,3) sangat setuju, 12 (13,4) setuju, 47 (52,8) netral, 15 (16,8) tidak setuju dan 12 (13,4) sangat tidak setuju.
10. Pada pernyataan saya membeli produk tanpa memikirkan manfaat dan kegunaannya. Dari 89 responden 3 (3,3) sangat setuju, 3 (3,3) setuju, 28 (31,4) netral, 38 (42,6) tidak setuju dan 17 (19,1) sangat tidak setuju.
11. Pada pernyataan saya membeli produk hanya tertarik dengan harganya bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya. Dari 89 responden 0 (0,0%) sangat setuju, 9 (10,1%) setuju, 30 (33,7%) netral, 30 (33,7%) tidak setuju, dan 20 (22,4%) sangat tidak setuju.
12. Pada pernyataan saya biasa membeli produk terbaru untuk menjaga simbol status diri saya. Dari 89 responden 0 (0,0%) sangat setuju, 16 (17,9%) setuju, 34 (38,2%) netral, 24 (26,9%) tidak setuju dan 15 (16,6%) sangat tidak setuju.
13. Pada pernyataan saya merasa malu apabila saya tidak membeli produk yang bermerek. Dari 89 responden 3

- (3,3%) sangat setuju, 3 (3,3%) setuju, 40 (44,9%) netral 26 (29,2%) tidak setuju, dan 17 (19,1%) sangat tidak setuju.
14. Pada pernyataan saya merasa terlihat tidak *fashion* apabila penampilan saya biasa-biasa saja. Dari 89 responden 3 (3,3%) sangat setuju, 8 (8,9%) setuju, 47 (52,8%) netral, 22 (24,7%) tidak setuju, dan 9 (10,1%) sangat tidak setuju.
 15. Pada pernyataan saya menggunakan produk yang mereknya sama dengan artis/ idola saya. Dari 89 responden 2 (2,2%) sangat setuju, 19 (21,3%) setuju, 34 (38,2%) netral, 21 (23,5%) tidak setuju, dan 12 (13,4%) sangat tidak setuju
 16. Pada pernyataan saya membeli produk yang dipakai artis idola, agar terlihat tidak ketinggalan model. Dari 89 responden 3 (3,3%) sangat setuju, 23 (25,8%) setuju, 34 (38,2%) netral, 14 (15,7%) tidak setuju, dan 15 (16,6%) sangat tidak setuju.
 17. Pada pernyataan saya membeli produk ternama yang menjadi idaman banyak orang. Dari 89 responden 6 (6,7%) sangat setuju, 10 (11,2%) setuju, 42 (47,1%) netral, 20 (22,4%) tidak setuju, dan 11 (12,3%) sangat tidak setuju.
 18. Pada pernyataan saya ketika berbelanja online saya memilih produk dengan harga yang mahal. Dari 89 responden 3 (3,3%) sangat setuju, 5 (5,6%) setuju, 35 (39,3%) netral, 29 (32,5%) tidak setuju, dan 17 (19,1%) sangat tidak setuju.
 19. Pada pernyataan saya membeli produk tanpa mempertimbangkan harga barangnya. Dari 89 responden 0

(0,0%) sangat setuju, 10 (11,2%) setuju, 29 (32,5%) netral, 36 (40,4%) tidak setuju, dan 14 (15,7%) sangat tidak setuju.

20. Pada pernyataan saya merasa senang membeli produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama. Dari 89 responden 0 (0,0%) sangat setuju, 7 (7,8%) setuju, 39 (43,8%) netral, 33 (37,0%) tidak setuju, dan 10 (11,2%) sangat tidak setuju.

21. Pada pernyataan saya merasa senang membeli produk lebih dari dua jenis harga yang berbeda-beda. Dari 89 responden 0 (0,0%) sangat setuju, 16 (17,9%) setuju, 37 (41,5%) netral, 23 (25,8%) tidak setuju, dan 13 (14,6%) sangat tidak setuju.

22. Pada pernyataan ketika saya bingung dalam memilih produk maka saya akan membeli dua jenis produk. Dari 89 responden 3 (3,3%) sangat setuju, 19 (21,3%) setuju, 36 (40,4%) netral, 24 (26,9%) tidak setuju dan 7 (7,8%) sangat tidak setuju.

4.4. Validitas dan Reabilitas

4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas atau sering juga disebut dengan uji ketetapan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang diukur. Dalam penelitian ini dikatakan valid apabila memiliki nilai korelasi $> 0,2084$ atau nilai r hitung $>$ dari nilai t tabel yang mana nilai $df = N - 2$ dan pada penelitian ini $N = 87$ dan jika mengikuti rumus maka $df = 89 - 2$

= 87. Jadi nilai r tabel pada penelitian ini untuk df 87 = 0,2084. Jika r hitung > r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada uji validitas.

Tabel 4.9

| No | Variabel | Butir | | R hitung | Keterangan |
|----|--------------------------|------------------|---------|----------|------------|
| | | Pernyataan Nomor | R tabel | | |
| 1 | Uang Saku (X1) | X1.1 | 0,2084 | 0.597 | Valid |
| | | X1.2 | 0,2084 | 0.479 | Valid |
| | | X1.3 | 0,2084 | 0.786 | Valid |
| | | X1.4 | 0,2084 | .764 | Valid |
| 2 | Online Shop (X2) | X2.1 | 0,2084 | 0.776 | Valid |
| | | X2.2 | 0,2084 | 0.849 | Valid |
| | | X2.3 | 0,2084 | 0.854 | Valid |
| | | X2.4 | 0,2084 | 0.850 | Valid |
| | | X2.5 | 0,2084 | 0.918 | Valid |
| 3 | Lingkungan Sosial (X3) | X3.1 | 0,2084 | 0.414 | Valid |
| | | X3.2 | 0,2084 | 0.549 | Valid |
| | | X3.3 | 0,2084 | 0.392 | Valid |
| | | X3.4 | 0,2084 | 0.523 | Valid |
| | | X3.5 | 0,2084 | 0.523 | Valid |
| | | X3.6 | 0,2084 | 0.625 | Valid |
| 4 | Gaya Hidup Konsumtif (Y) | Y1 | 0,2084 | 0,422 | Valid |
| | | Y2 | 0,2084 | 0,462 | Valid |
| | | Y3 | 0,2084 | 0, 616 | Valid |
| | | Y4 | 0,2084 | 0,657 | Valid |
| | | Y5 | 0,2084 | 0,573 | Valid |
| | | Y6 | 0,2084 | 0,526 | Valid |
| | | Y7 | 0,2084 | 0,591 | Valid |
| | | Y8 | 0,2084 | 0,625 | Valid |
| | | Y9 | 0,2084 | 0,485 | Valid |
| | | Y10 | 0,2084 | 0,467 | Valid |
| | | Y11 | 0,2084 | 0,622 | Valid |
| | | Y12 | 0,2084 | 0,746 | Valid |
| | | Y13 | 0,2084 | 0,849 | Valid |

| | | | |
|-----|--------|-------|-------|
| Y14 | 0,2084 | 0,784 | Valid |
| Y15 | 0,2084 | 0,783 | Valid |
| Y16 | 0,2084 | 0,784 | Valid |
| Y17 | 0,2084 | 0,820 | Valid |
| Y18 | 0,2084 | 0,745 | Valid |
| Y19 | 0,2084 | 0,569 | Valid |
| Y20 | 0,2084 | 0,670 | Valid |
| Y21 | 0,2084 | 0,313 | Valid |
| Y22 | 0,2084 | 0,313 | Valid |

Sumber: hasil olah data primer 2023

Berdasarkan tabel terkait hasil pengujian validitas dengan seluruh indikator pernyataan yang tertuang dalam kuesioner sebagai alat untuk mengukur perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hasil yang diperoleh untuk keseluruhan nilai r hitung > dari r tabel yaitu sebesar 0,2084. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang terdapat pada kuesioner dinyatakan valid.

Tabel. 4.10
Hasil Uji Reabilitas
Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of items |
|------------------|------------|
| .852 | 37 |

Sumber: hasil olah data spss 2023

Berdasarkan Tabel maka diperoleh hasil bahwa keseluruhan item pernyataan yang berjumlah 37 item adalah reliabel, hal ini dapat dilihat dari nilai Cronbach'Alpha yang memiliki nilai $0,852 > 0,6$ yang artinya mempunyai ketepatan atau keandalan yang tinggi untuk untuk dijadikan variabel suatu penelitian. Nilai koefisien alpha (Cronbach

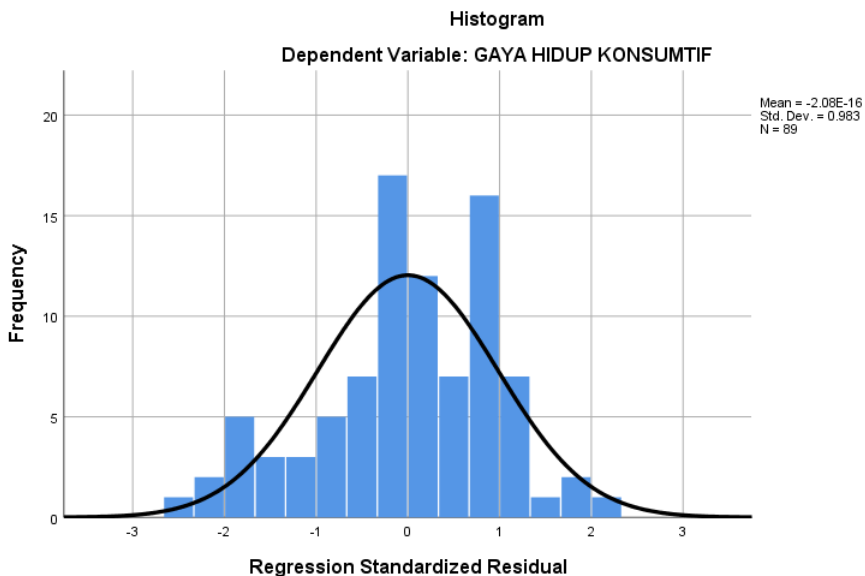
Alpha) berasal dari nilai variabel Uang Saku (X1), Online Shop (X2), Lingkungan Sosial (X3), dan Gaya Hidup Konsumtif (Y).

4.5. Uji Asumsi Klasik

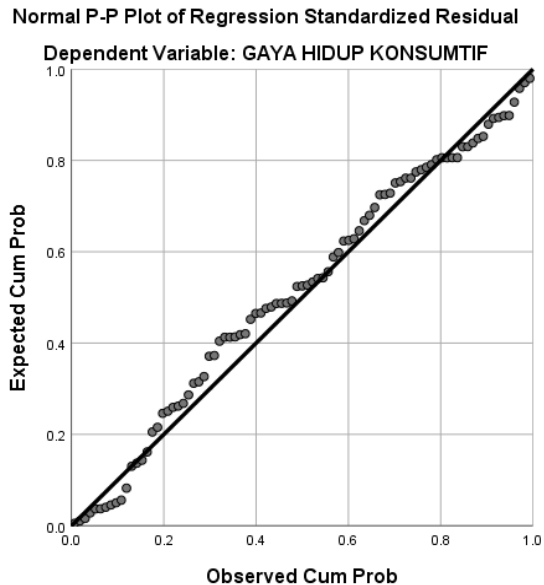
Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui agar dapat memperkirakan yang efisien dan tidak bisa, maka dilakukan pengujian asumsi klasik yang harus dipatuhi yaitu:

1.) Uji Normalitas

Tabel 4.12
Uji Normalitas



Sumber: hasil diolah data primer 2023



Sumber: hasil data diolah di SPSS 2023

Berdasarkan pada tabel histogram normal P-P Plot of Resession Standardizer Residual diatas, dapat dikatakan bahwa residual dari modal tersebut berdisribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 89 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 10.64513972 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .088 |
| | Positive | .059 |
| | Negative | -.088 |
| Test Statistic | | .088 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .086 ^c |

a. Test distribution is Normal.

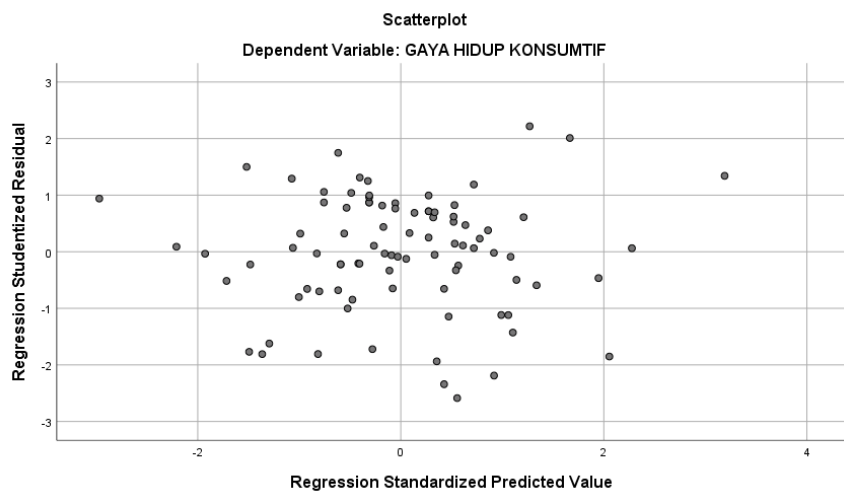
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan pada tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai signifikannya sebesar 0,086 lebih besar dari ketentuan normalitas yaitu 0,05. Oleh sebab itu berdasarkan pada hasil pengujian di atas dapat dilihat nilai signifikannya sebesar 0,086 dimana nilai tersebut lebih dari nilai signifikannya yaitu sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa data telah berdistribusi secara normal.

2.) Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan analisis pada gambar *scatterplot* tidak terdapat heterokedastisitas



Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa Analisis pada gambar *scatterplot* yang menyatakan model regresi linear berganda tidak terdapat heteroskedastisitas. Karena Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau menyebar disekitas angka nol (0), Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas maupun di bawah saja, Penyebaran titik dan tidak

boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali serta Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

3.) Uji Multikolinearitas

| | | Coefficients ^a | | | | | | |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 39.308 | 11.083 | | 3.547 | .001 | | |
| | Uang Saku | -1.006 | .432 | -.241 | -2.326 | .022 | .930 | 1.075 |
| | OnlineShop | .581 | .346 | .172 | 1.680 | .097 | .950 | 1.053 |
| | Lingkungan Sosial | 1.322 | .406 | .329 | 3.254 | .002 | .976 | 1.025 |

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif

VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika VIF dibawah atau < 10 dan tolerance Value di atas > 0,1 maka tidak terjadi Multikolinearitas Berdasarkan hasil Uji menggunakan SPSS diketahui bahwa nilai VIF variable Uang Saku (X1), Variabel Online Shop (X2), Lingkungan Sosial (X3) adalah $1,075 < 10$ dan $1,053 < 10$ dan $1,025 < 10$ dan nilai Tolerance Value X1 ($0,930 > 0,1$) dan X2 ($0,950 > 0,1$) dan X3 ($0,976 > 0,1$). Maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

4.) Uji Autokorelasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .391 ^a | .153 | .123 | 10.83137 | 1.852 |

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, OnlineShop, Uang Saku

b. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif

- Jika $D-W < dL$ atau $D-W > 4 - dL$, kesimpulannya pada data tersebut Y terdapat autokorelasi.
- Jika $dU < D-W < 4 - dU$, kesimpulannya pada data tersebut tidak terdapat autokorelasi.
- Tidak ada kesimpulan jika: $dL < D-W < dU$ atau $4 - Du < D-W < 4 - dL$

$$D = 1,852$$

$$dL = 1,5863$$

$$Du = 1,7254$$

$$4 - Du = 4 - 1,7254 = 2,2746$$

$$1,725 < 2,2746$$

Berdasarkan hasil uji autokorelasi uji SPSS tidak terdapat autokorelasi.

5.) Uji Linearitas

UJI LINEARITAS XI TERHADAP Y

ANOVA Table

| | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---------------------------|--------------------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Gaya Hidup * Uang Saku | Between Groups | 1756.842 | 10 | 175.684 | 1.369 | .210 |
| | Linearity | 283.333 | 1 | 283.333 | 2.208 | .141 |
| | Deviation from Linearity | 1473.509 | 9 | 163.723 | 1.276 | .264 |
| | Within Groups | 10010.754 | 78 | 128.343 | | |
| Total | | 11767.596 | 89 | | | |

Syarat:

Uji linearitas dapat dilakukan melalui test of linearity. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada linearity $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

Hasil:

Dilihat dari nilai Signifikan diatas antara variabel uang saku (X1) terhadap gaya hidup konsumtif (Y) memiliki nilai Signifikasi ($0,141 > 0,05$) maka dpat diasumsikan bahwa uang saku terhadap gaya hidup konsumtif tidak mempunyai hubungan yang linear.

UJI LINEARITAS X2 TERHADAP Y**ANOVA Table**

| | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-----------------------------|--------------------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Gaya Hidup * Online Shop | Between Groups | 1496.319 | 8 | 187.040 | 1.457 | .186 |
| | Linearity | 152.974 | 1 | 152.974 | 1.191 | .278 |
| | Deviation from Linearity | 1343.345 | 7 | 191.906 | 1.495 | .181 |
| | Within Groups | 10271.276 | 80 | 128.391 | | |
| Total | | 11767.596 | 89 | | | |

Hasil:

Dilihat dari nilai Signifikan diatas antara variabel online shop (X2) terhadap gaya hidup konsumtif (Y) memiliki nilai Signifikasi ($0,278 > 0,05$) maka dpat diasumsikan bahwa online

shop terhadap gaya hidup konsumtif tidak mempunyai hubungan yang linear.

UJI LINEARITAS X3 TERHADAP Y

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Gaya Hidup * Lingkungan Sosial | Between Groups | (Combined) | 8008.589 | 11 | 728.054 | 14.914 | .000 |
| | | Linearity | 994.397 | 1 | 994.397 | 20.369 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 7014.193 | 10 | 701.419 | 14.368 | .000 |
| | Within Groups | | 3759.006 | 77 | 48.818 | | |
| | Total | | 11767.596 | 89 | | | |

Hasil:

Dilihat dari nilai Signifikan diatas antara variabel lingkungan sosial (X3) terhadap gaya hidup konsumtif (Y) memiliki nilai Signifikasi ($0,000 < 0,05$) maka dpat diasumsikan lingkungan sosial saku terhadap gaya hidup konsumtif mempunyai hubungan yang linear.

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil mengindikasikan kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .391 ^a | .153 | .123 | 10.831 |

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Online Shop, Uang Saku

Menurut Chin (1998) , nilai *R Square* dikategorikan

- Kuat jika lebih dari 0,67
- Moderat jika lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67 dan
- Lemah jika lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33

Hasil:

Dari output diatas didapatkan nilai pada Adjusted R Square sebesar 0,123 yang artinya Pengaruh Uang saku (X1), Online Shop (X2), dan Lingkungan Sosial (X3) terhadap Gaya Hidup Konsumtif (Y) sebesar 12,3 % dan berada pada kategori kuat karena lebih dari 0,67.

4.6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengaruh uang saku (X1) dan online shop (X2), lingkungan sosial (X3). Sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini yaitu gaya hidup konsumtif (Y).

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 39.308 | 11.083 | | 3.547 | .001 | | |
| | UANG SAKU | -1.006 | .432 | -.241 | -2.326 | .022 | .930 | 1.075 |
| | ONLINE SHOP | .581 | .346 | .172 | 1.680 | .097 | .950 | 1.053 |
| | LINGKUNGAN SOSIAL | 1.322 | .406 | .329 | 3.254 | .002 | .976 | 1.025 |

a. Dependent Variable: GAYA HIDUP KONSUMTIF

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 2023

Berdasarkan table 4.10 maka persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = 39.308 + (-1.006)X_1 + 0.581X_2 + 1.322X_3 + e$$

Persamaan hasil regresi linear berganda diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai b1 adalah -1.006 mempunyai makna jika uang saku (X1) meningkat sebesar 1 satuan maka akan mempengaruhi gaya hidup konsumtif sebesar -1.006. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel uang saku berpengaruh pada gaya hidup mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam iain kendari.
2. Nilai b2 adalah 0.581 mempunyai makna jika online shop (X2) meningkat sebesar 1 satuan maka tidak mempengaruhi gaya hidup konsumtif dengan nilai 0,581. Hal tersebut menunjukkan bahwa

variabel online shop tidak berpengaruh pada gaya hidup mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam iain kendari.

3. Nilai b3 adalah 1.322 mempunyai makna jika lingkungan sosial (X3) meningkat sebesar 1 satuan maka akan mempengaruhi gaya hidup konsumtif sebesar 1.322. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel uang saku berpengaruh pada gaya hidup mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam iain kendari.

4.6.1. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji Pengaruh Parsial (t)

Tabel 4.11
Hasil Uji Parsial (t)
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 39.308 | 11.083 | | 3.547 | .001 |
| | Uang saku | -1.006 | .432 | -.241 | -2.326 | .022 |
| | Online Shop | .581 | .346 | .172 | 1.680 | .097 |
| | Lingkungan Sosial | 1.322 | .406 | .329 | 3.254 | .002 |

a. Dependent Variable: Gaya hidup konsumtif
Sumber: hasil olah data spss 26 2019

Berdasarkan hasil olah data SPSS menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel Uang Saku (X1) sebesar $-2,324 \geq$ nilai t tabel 1,662 kemudian nilai signifikasinya $0,022 \geq 0,05$ maka berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji t dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak. Artinya Uang Saku (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap Gaya Hidup

Konsumtif (Y). kemudian pada variabel Online Shop (X2) nilai t hitung sebesar $1,680 \geq 1,662$ dan nilai signifikannya sebesar $0,097 \geq 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji t dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke dua ditolak. Artinya Online Shop (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap gaya hidup konsumtif (Y). Kemudian pada variabel Lingkungan Sosial (X3) nilai t hitung sebesar $3,254 \geq 1,662$ dan nilai signifikannya sebesar $0,002 \leq 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji t dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke tiga di terima. Artinya Lingkungan Sosial (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif (Y).

b. Uji (F)

Tabel 4.12
Hasil Uji (F)
ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 1795.524 | 3 | 598.508 | 5.102 | .003 ^b |
| | Residual | 9972.072 | 85 | 117.318 | | |
| | Total | 11767.596 | 88 | | | |

a. Dependent Variable: Gaya hidup konsumtif

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Online Shop, Uang saku

Nilai f tabel untuk signifikan dengan regresi df = n-k-1. Dan residual df adalah 85 atau (df =n-k-1) 89-3-1= 85 (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel). Dengan pengujian dua sisi, maka hasil yang diperoleh untuk variabel f adalah 2,71.

Berdasarkan penelitian uji F tersebut, dapat dilihat F hitung pada penelitian ini sebesar 5,102 sedangkan nilai F tabel 2,71 kemudian dapat di lihat pula bahwa F hitung $>$ F tabel yaitu $5,102 > 2,71$. Hasil ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel (X1) dan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel (Y)

4.7. Pembahasan

Hasil dari pengaruh Uang Saku (X1), Online Shop (X2), dan Lingkungan Sosial (X3) dilakukan penulis untuk mengetahui hubungan pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat (Y). Secara keseluruhan pembahasan hasil adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Uang Saku Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari.

Pengujian hipotesis satu (H1) dapat diperoleh hasil bahwa variabel Uang Saku ini berpengaruh signifikan terhadap Gaya Hidup Konsumtif. Berdasarkan pada tabel 4.11 di peroleh hasil 0,022 atau dapat dikatakan lebih kecil dari 0,05 ($0,022 \leq 0,05$), artinya variabel Uang Saku berpengaruh terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari.

Hal ini juga dibuktikan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Tuti Ulandari (2022) Institut Agama Islam Negeri Palopo melakukan penelitian dengan judul

”pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap pola konsumsi non makanan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Palopo. Hal ini menyatakan bahwa ada pengaruh uang saku dengan gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.

Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Rozaini, Novi & Harahap (2019) bahwa terdapat pengaruh signifikan ($0,22 \leq 0,55$) antara uang saku terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hasil penelitian yang peneliti lakukan juga memberikan kesimpulan yang sama dengan penelitian sebelumnya, bahwa jumlah uang saku yang tinggi mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif yang tinggi. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Danang (2016) dengan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Koefisien jalur memiliki angka 0,0535 yang berarti bahwa gaya hidup mahasiswa memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi sebesar 53,5%.

2. Pengaruh Online Shop Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari.

Pengujian hipotesis dua (H2) dapat diperoleh hasil bahwa variabel Online Shop ini tidak berpengaruh signifikan terhadap Gaya Hidup Konsumtif. Berdasarkan pada tabel 4.11 di peroleh hasil 0,097 atau dapat dikatakan lebih besar dari 0,05 ($0,097 \geq 0,05$), artinya variabel Online Shop tidak berpengaruh terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari.

Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Afilla (2022) dengan judul pengaruh online shop terhadap perilaku konsumtif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Palopo. Berdasarkan hasil pengujian data dan hasil SPSS 26. Hasil pengelolaan data mengenai uji t diperoleh $t_{hitung} = (-1,944) \leq$ dari $t_{tabel} = 0,2272$ dengan signifikan $0,056 \geq 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa online shop tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif sehingga hipotesis pertama ditolak.

3. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pengujian hipotesis tiga (H3) dapat diperoleh bahwa variabel Lingkungan Sosial ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup Konsumtif. Berdasarkan pada

tabel 4.11 diperoleh hasil 0,002 atau dapat dikatakan lebih kecil 0,05 ($0,002 \leq 0,05$), artinya variabel Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari

Hal ini sejalan dengan Kotler (1997) yang ditemukan oleh Simamora (2004) bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang diantaranya faktor kebudayaan, sosial dan psikologi. Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh kanserina (2015), dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif seseorang. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa lingkungan sosial berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Kemudian serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Subagio (2019). Dengan judul pengaruh lingkungan sosial terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa fakultas pendidikan olahraga dan kesehatan (FPOK) IKIP Mataram. Dengan hasil uji yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 20 menunjukkan nilai signifikan pada kilom sig adalah 0,001, nilai ini jauh lebih kecil dari nilai 0,05. Nilai signifikannya $0,001 \leq 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa fariabel lingkungan sosial berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hartiyani Sadu Budanti, Mintasih Indriayu & Muhammad

Sabandi berdasarkan perhitungan SPSS 23 menunjukkan nilai signifikan pada kolom sig adalah $0,001 \leq 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel lingkungan sosial terhadap gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa

4. Pengaruh Uang Saku, Online Shop, dan Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari.

Pengujian hipotesis antara (H1), (H2) dan (H3) dapat diperoleh bahwa variabel Uang Saku memiliki hasil 0,022 atau dapat dikatakan lebih kecil dari 0,05 ($0,022 \leq 0,05$), artinya variabel Uang Saku berpengaruh terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari. Sedangkan untuk (H2) diperoleh hasil 0,097 atau dapat dikatakan lebih besar dari 0,05 ($0,097 \geq 0,05$), artinya variabel Online Shop tidak berpengaruh terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari. (H3) diperoleh hasil 0,002 atau dapat dikatakan lebih kecil 0,05 ($0,002 \leq 0,05$), artinya variabel Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari.

Secara teoritis mengapa Uang Saku berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa, menurut Dwi Mutian bahwa. Semakin tinggi pemberian uang saku dari

orang tua kepada mahasiswa/anaknya, maka akan memberikan dampak yang semakin tinggi pula gaya konsumsi mahasiswa/anak tersebut. Kemudian mengapa Online Shop tidak berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa menurut Nurul Wida Arisma (2020) bahwa, online shop tidak mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa, dikarenakan mahasiswa lebih cenderung berbelanja secara langsung dengan mengunjungi toko-toko dimana tempat barang atau kebutuhan tersebut bisa mereka dapatkan. Kemudian lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa, menurut Subagio 2019, dengan hasil penelitian yang logis bahwa lingkungan sosial teladan dan masukan yang baik dan benar pada seseorang dalam berperilaku berkonsumsi akan meningkatkan perilaku konsumsi orang tersebut makin rasional. Kemudian perilaku konsumtif menurut teori Baudrillard (2004), logika konsumsi masyarakat bukan lagi berdasarkan *use value* atau *exchange value* merupakan hadir nilai baru yang disebut "*symbolic value*". Maksudnya disini seseorang tidak mengonsumsi suatu objek berdasarkan nilai tukar atau nilai guna, melainkan karena nilai tanda/symbolic yang sifatnya abstrak dan konstruksi.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel dependen hanya variabel online shop yang tidak memiliki pengaruh terhadap gaya hidup konsumtif.