

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Hasil Penyebaran Kuisisioner

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei yang disebarkan kepada mahasiswa Fakultas Agama Islam secara acak menggunakan kuisisioner. Sasaran dari objek penelitian ini meliputi tiga jurusan yaitu, Pendidikan Agama Islam, Komunikasi dan Konseling Islam dan, Ekonomi Perbankan Islam pada angkatan 2013 sampai dengan 2017. Jumlah kuisisioner yang memenuhi karakteristik objek penelitian yaitu sebanyak 100 kuisisioner yang telah diisi oleh 100 responden. Jumlah pertanyaan yang terhimpun dalam kuisisioner adalah sebanyak 34 pertanyaan yang diambil dari penelitian sebelumnya, dan dilengkapi dari teori yang merepresentasikan penyelesaian rumusan masalah penelitian. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner, meliputi 8 pertanyaan mewakili Prinsip Syariah, 5 pertanyaan mewakili Prinsip Kuantitas, 3 pertanyaan mewakili Prinsip Prioritas, 3 pertanyaan mewakili Prinsip Sosial, 4 pertanyaan mewakili Kaidah Lingkungan, 4 pertanyaan mewakili Etika Konsumsi Islami dan, 7 pertanyaan mewakili Implementasi Perilaku Konsumsi Islami. Karakteristik pertanyaan dan hasil penyebaran kuisisioner secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.1 dan 4.2 berikut ini :

Tabel 4.1 Karakteristik Pertanyaan Kuisisioner

NO	INSTRUMEN	Jumlah Pertanyaan
1	Prinsip Syariah	8
2	Prinsip Kuantitas	5
3	Prinsip Prioritas	3
4	Prinsip Sosial	3
5	Kaidah Lingkungan	4
6	Etika Perilaku Konsumsi Islami	4
7	Implementasi Perilaku Konsumsi Islami	7
	Total	34

Sumber : Kuisisioner yang dibuat pada 2017

Tabel 4.2 Hasil Penyebaran Kuisisioner

KETERANGAN	JUMLAH
Kuisisioner yang disebar	100
Kuisisioner yang kembali	100
Kuisisioner yang tidak kembali	0
Kuisisioner yang dapat diolah	100
Kuisisioner yang tidak dapat diolah	0

Sumber : Data primer peneliti 2017

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia mahasiswa, dan jurusan. Adapun untuk lebih jelasnya, penyusun telah merangkum karakteristik responden secara terperinci seperti yang disajikan dalam tabel berikut ini:

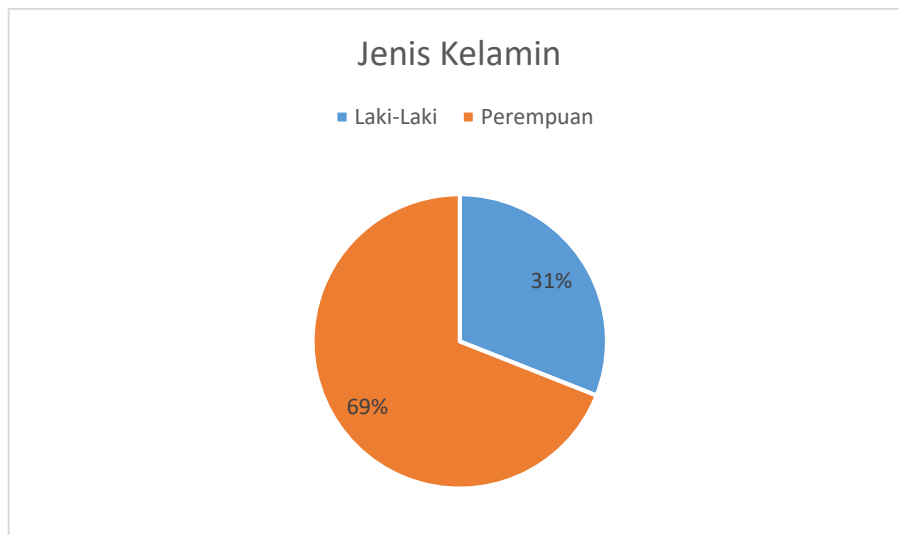
Karakteristik reponden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagaimana dalam tabel 4.3 dan gambar 4.1 berikut :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	31
Perempuan	69

Sumber : Data primer peneliti 2017

Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



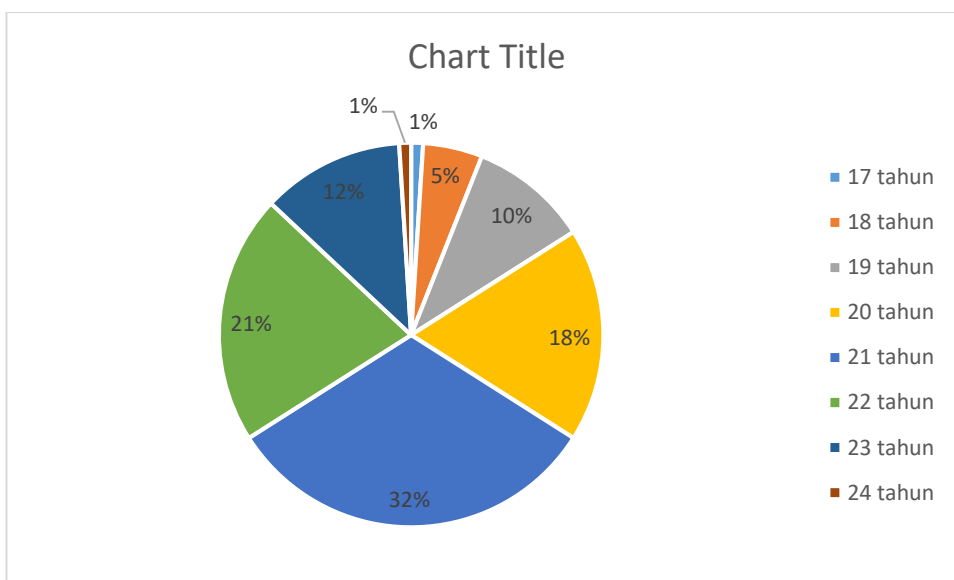
Karakteristik responden berdasarkan usia adalah sebagaimana dalam tabel 4.4 dan gambar 4.2 berikut ini :

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah
17 tahun	1
18 tahun	5
19 tahun	10
20 tahun	18
21 tahun	32
22 tahun	21
23 tahun	12
24 tahun	1

Sumber : Data primer peneliti 2017

Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



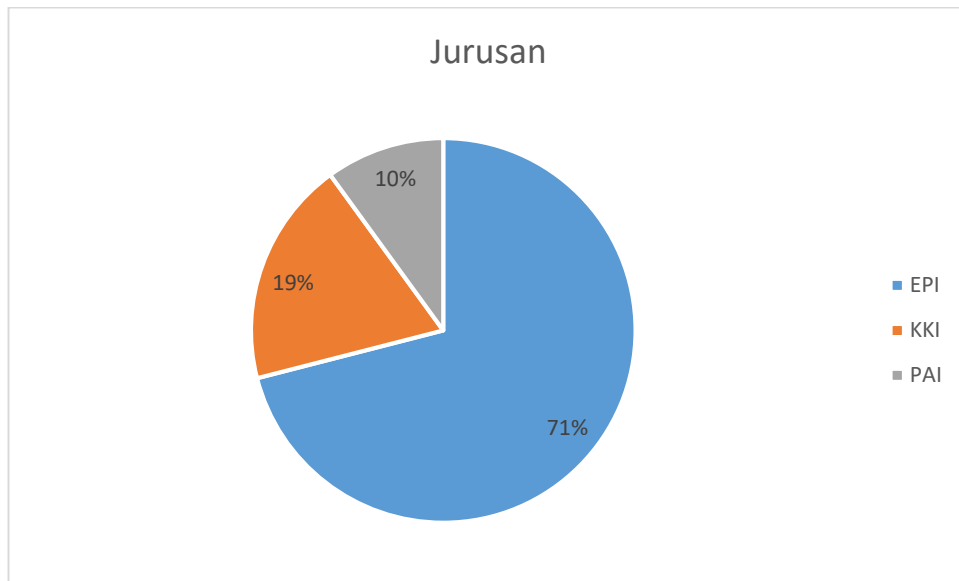
Karakteristik responden berdasarkan jurusan sebagaimana dalam tabel 4.5 dan gambar 4.3 berikut ini :

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Jumlah
EPI	71
KKI	19
PAI	10

Sumber : Data primer peneliti 2017

Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan



C. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen ini dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas data yang telah terhimpun. Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas data menggunakan SPSS 20.

1. Uji Validitas

Uji Validitas yaitu untuk mengukur apakah data kuisioner yang diperoleh dari responden valid atau tidak, atau dengan kata lain suatu instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang valid, apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur¹. Untuk mengidentifikasi apakah setiap butir pertanyaan itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan melihat kolom *corrected item correlation*, kemudian untuk pengujian signifikansi dapat diketahui dengan melihat r tabel pada tingkat

¹ Abuzar Asra, Puguh Bodro Irawan, dan Agus Purwoto, *Metode Penelitian Survey*, Bogor: In Media, 2014, hlm.143.

signifikan 0,05. Jika nilai r hitung $\geq r$ tabel maka item pertanyaan dapat dinyatakan valid, jika r hitung $< r$ tabel maka item tersebut tidak valid². Dalam penelitian ini, dikarenakan responden yang diambil adalah sebanyak 100, maka dikurangi 2 (*degre of freedom*) $100 - 2 = 98$. Dalam r tabel dengan melihat pada *product moment* maka nilai r tabel adalah 0,197. Untuk menentukan validitas data maka r hitung harus $\geq 0,197$.

Tabel 4.6 Rekapitulasi uji validitas kuisisioner variabel Prinsip Syariah

Variabel	Item	Corrected item total correlation	Keterangan
Prinsip Syariah	Q1	0,459	Valid
	Q2	0,609	Valid
	Q3	0,642	Valid
	Q4	0,548	Valid
	Q5	0,604	Valid
	Q6	0,338	Valid
	Q7	0,431	Valid
	Q8	0,474	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

² Rahmawati, Op.Cit., hlm.37.

Tabel 4.7 Rekapitulasi uji validitas kuisioner variabel Prinsip Kuantitas

Variabel	Item	Corrected item total correlation	Keterangan
<i>Prinsip Kuantitas</i>	Q9	0,606	Valid
	Q10	0,586	Valid
	Q11	0,680	Valid
	Q12	0,593	Valid
	Q13	0,581	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Tabel 4 8 Rekapitulasi uji validitas kuisioner variabel Prinsip Prioritas

Variabel	Item	Corrected item total correlation	Keterangan
<i>Prinsip Prioritas</i>	Q14	0,820	Valid
	Q15	0,820	Valid
	Q16	0,321	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Tabel 4.9 Rekapitulasi uji validitas kuisioner variabel Prinsip Sosial

Variabel	Item	Corrected item total correlation	Keterangan
<i>Prinsip Sosial</i>	Q17	0,433	Valid
	Q18	0,604	Valid
	Q19	0,499	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Tabel 4.10 Rekapitulasi uji validitas kuisiner variabel Kaidah Lingkungan

Variabel	Item	Corrected item total correlation	Keterangan
<i>Kaidah Lingkungan</i>	Q20	0,616	Valid
	Q21	0,492	Valid
	Q22	0,396	Valid
	Q23	0,409	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Tabel 4.11 Rekapitulasi uji validitas kuisiner variabel Etika Konsumsi

Variabel	Item	Corrected item total correlation	Keterangan
<i>Etika Konsumsi</i>	Q24	0,546	Valid
	Q25	0,540	Valid
	Q26	0,606	Valid
	Q27	0,479	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Tabel 4.12 Rekapitulasi uji validitas kuisiner variabel Implementasi Konsumsi Islami

Variabel	Item	Corrected item total correlation	Keterangan
<i>Etika Konsumsi Islami</i>	Q28	0,047	Tidak Valid
	Q29	0,662	Valid
	Q30	0,640	Valid

	Q31	0,510	Valid
	Q32	0,588	Valid
	Q33	0,688	Valid
	Q34	0,642	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa hampir semua pertanyaan dari Q1 sampai dengan Q34 memiliki r hitung yang lebih besar dari 0,05, kecuali pada pertanyaan Q 28 yang tidak melampaui angka 0,05 atau 5 %, artinya, pertanyaan pada Q1,Q2,Q3,Q4,Q5,Q6,Q7,Q8,Q9,Q10,Q11 ,Q12,Q13,Q14 ,Q15,Q16,Q17,Q18,Q19,20,Q21,Q22,Q23,Q24,Q25,Q26,Q27,Q29,Q30,Q31, Q34 menunjukkan data yang valid, sedangkan pada Q8 memiliki r hitung lebih kecil dari pada r tabel, karenanya pertanyaan ini harus di hapus karena tidak valid. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan untuk menguji implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dari 34 pertanyaan, memiliki 33 pertanyaan yang valid, dan 1 pertanyaan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu pengujian instrumen yang apabila dilakukan secara berulang-ulang pada objek yang sama maka akan menghasilkan data yang sama³. Untuk menguji reliabilitas suatu data, dapat diketahui dengan melihat tabel *reliability statistic*, suatu data dikatakan reliabel

³ Asra, Op.Cit.

apabila hasil *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berikut adalah hasil uji reliabilitas instrumen data penelitian :

Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Prinsip Syariah</i>	0,747	Valid
<i>Prinsip Kuantitas</i>	0,815	Valid
<i>Prinsip Prioritas</i>	0,787	Valid
<i>Prinsip Sosial</i>	0,693	Valid
<i>Kaidah Lingkungan</i>	0,688	Valid
<i>Etika Konsumsi Islami</i>	0,745	Valid
<i>Implementasi Perilaku Konsumsi Islami</i>	0,805	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa, seluruh variabel yaitu, prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, prinsip sosial, kaidah lingkungan, etika konsumsi Islami, dan implemementasi perilaku konsumsi Islami, memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Nilai hasil uji ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel telah valid dan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Konsekuensinya kesalahan standar estimasi cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel independen, tingkat signifikan untuk menolak hipotesis nol semakin besar. Akibatnya model regresi tidak valid untuk menaksir nilai variabel dependen. Cara melihat apakah di dalam regresi penelitian terindikasi multikolinieritas atau tidak adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* melebihi 10 % atau 0,10 dan VIF tidak mencapai angka 10, artinya tidak terdeteksi multikolinieritas⁴. Uji deteksi multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas

⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Universitas Diponegoro.Semarang, 2011

Model	Statistik		Keterangan
	Multikolinieritas		
	Tolerance	VIF	
<i>Prinsip Syariah</i>	0,725	1,379	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Prinsip Kuantitas</i>	0,564	1.774	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Prinsip Prioritas</i>	0,160	6,257	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Prinsip Sosial</i>	0,151	6,614	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Kaidah Lingkungan</i>	0,588	1,700	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Etika</i>	0,641	1,559	Tidak terjadi multikolinieritas

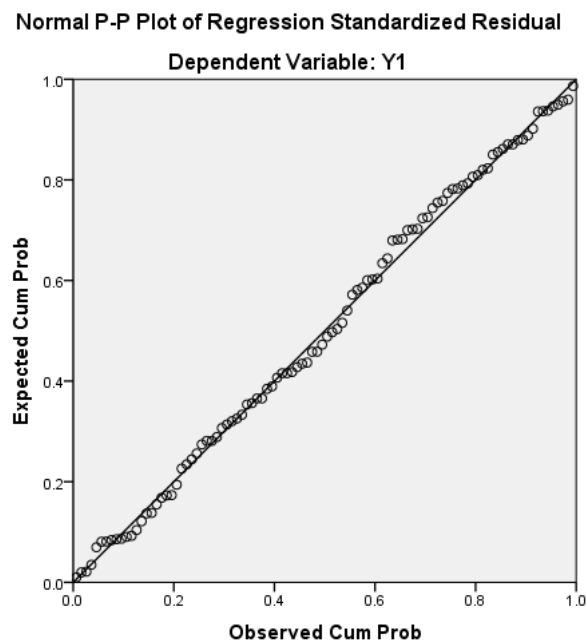
Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Pada tabel hasil uji multikolinieritas di atas, memberikan arti bahwa korelasi antar variabel independen pada setiap variabelnya tidak melampaui batas deteksi gejala multikolinieritas. Nilai *tolerance* pada instrumen prinsip syariah (X1), prinsip kuantitas (X2), prinsip prioritas (X3), prinsip sosial (X4), kaidah lingkungan (X5), dan etika perilaku konsumsi Islami (X6) , berada diatas nilai 0,10. Begitu juga pada nilai VIF setiap variabelnya berada dibawah

angka 10. Maka dapat dikatakan bahwa semua variabel independen penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

2. Uji Normalitas

Gambar 4. 4 Uji Normalitas



Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan spss 20. Dengan menggunakan *normal probability plots*, melalui gambar 4, menerangkan bahwa variabel tidak terjadi normalitas karena titik-titik berada pada garis diagonal.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan yang lain. Apabila varians dari satu residual suatu pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi apakah variabel terkena heteroskedastisitas adalah dengan melihat nilai probabilitas signifikansinya . Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan Uji Park. Variabel independen yang terbebas dari heteroskedastisitas memiliki nilai probabilitas signifikansi diatas 0,05 atau 5 persen. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini :

Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas

Model	Signifikansi	Keterangan
<i>Prinsip Syariah</i>	0.789	Tidak Terjadi Hetero
<i>Prinsip Kuantitas</i>	0.064	Tidak Terjadi Hetero
<i>Prinsip Prioritas</i>	0.377	Tidak Terjadi Hetero
<i>Prinsip Sosial</i>	0.620	Tidak Terjadi Hetero
<i>Kaidah Lingkungan</i>	0.751	Tidak Terjadi Hetero
<i>Etika</i>	0.424	Tidak Terjadi Hetero

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Dari tabel diatas kita dapat mengambil kesimpulan bahwa variabel independen tidak terjadi heteroskedastisitas karena semua nilai signifikansi berada di atas 0,05 atau 5 persen.

E. Regresi Linear Berganda

Tujuan regresi linear berganda adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu, prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, prinsip sosial, kaidah lingkungan, dan etika perilaku konsumsi Islami terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada.

Tabel 4.16 Regresi linear berganda

MODEL	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig
	B	Std. Error			
Constant	1.119	2.375		0.409	0.683
X1	0.227	0.105	0.155	2.174	0.032
X2	0.094	0.076	0.100	1.236	0.220
X3	0.032	0.287	0.017	0.113	0.190
X4	0.383	0.324	0.185	1.182	0.240
X5	0.572	0.112	0.407	5.131	0.000
X6	0.244	0.097	0.190	2.503	0.014

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Hasil analisis pada tabel di atas dapat dituliskan dalam bentuk regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

$$Y = 1.119 + 0.227X_1 + 0.094X_2 + 0.032X_3 + 0.383X_4 + 0.572X_5 + 0.244X_6 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan keterangan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien konstanta adalah sebesar 1,199 hal ini berarti bahwa jika nilai koefisien prinsip syariah (X_1), prinsip kuantitas (X_2), prinsip prioritas (X_3), prinsip sosial (X_4), kaidah lingkungan (X_5), Etika perilaku konsumsi Islami (X_6) sebesar 0 (nol) maka implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada akan naik sebesar 1,119.
2. Variabel prinsip syariah (X_1), memiliki nilai koefisien sebesar 0,227. Artinya bahwa setiap satuan variabel prinsip syariah berpengaruh terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada sebesar 0,227 jika variabelnya lainnya tetap.
3. Variabel prinsip kuantitas (X_2), memiliki nilai koefisien sebesar 0,094. Artinya bahwa setiap satuan variabel prinsip syariah berpengaruh terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada sebesar 0,094 jika variabelnya lainnya tetap.
4. Variabel prinsip prioritas (X_3), memiliki nilai koefisien sebesar 0,032. Artinya bahwa setiap satuan variabel prinsip syariah berpengaruh terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada sebesar 0,032 jika variabelnya lainnya tetap.

5. Variabel prinsip sosial (X_4), memiliki nilai koefisien sebesar 0,383. Artinya bahwa setiap satuan variabel prinsip syariah berpengaruh terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada sebesar 0,383 jika variabelnya lainnya tetap.
6. Variabel kaidah lingkungan (X_5), memiliki nilai koefisien sebesar 0,572. Artinya bahwa setiap satuan variabel prinsip syariah berpengaruh terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada sebesar 0,2572 jika variabelnya lainnya tetap.
7. Variabel etika konsumsi Islami (X_6), memiliki nilai koefisien sebesar 0,244. Artinya bahwa setiap satuan variabel prinsip syariah berpengaruh terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada sebesar 0,244 jika variabelnya lainnya tetap.

F. Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F digunakan untuk menganalisa apakah variabel independen yaitu prinsip syariah (X_1), prinsip kuantitas (X_2), prinsip prioritas (X_3), prinsip sosial (X_4), kaidah lingkungan (X_5), Etika perilaku konsumsi Islami (X_6) secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel dependen yaitu implementasi

perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada (Y)⁵.

Ha : Prinsip dasar konsumsi Islami (prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, prinsip sosial, kaidah lingkungan, dan etika perilaku konsumsi Islami) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada

Ho : Prinsip dasar konsumsi Islami (prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, prinsip sosial, kaidah lingkungan, dan etika perilaku konsumsi Islami) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada

Tabel 4.17 Hasil Uji F

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig
Regression	417.074	6	69.512	29.503	0.000
1 Residual	219.116	93	2.356		
Total	636.190	99			

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

Dengan bantuan aplikasi SPSS 20, hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen yaitu prinsip syariah (X₁), prinsip kuantitas (X₂), prinsip prioritas

⁵ Jauhar Faradis dan Tim Laboratorium Ekonomi dan Bisnis Islam, *Modul Praktikum Statistika*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2017, hlm.47.

(X₃), prinsip sosial (X₄), kaidah lingkungan (X₅), Etika perilaku konsumsi Islami (X₆) memiliki nilai F sebesar 29.503 dengan nilai signifikansi 0.000. kriteria penerimaan hipotesis yakni apabila nilai signifikan < 0,05 atau 5 % maka Ho ditolak, dan apabila nilai signifikan > 0,05 atau 5 persen maka Ho diterima⁶. Dari hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0.000 < 0.05 atau 5 persen, artinya variabel independen yang terdiri dari prinsip syariah (X₁), prinsip kuantitas (X₂), prinsip prioritas (X₃), prinsip sosial (X₄), kaidah lingkungan (X₅), Etika perilaku konsumsi Islami (X₆), secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada.

2. Uji T

Pengujian T dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel terikatnya. Dalam penelitian ini berarti apakah variabel prinsip syariah (X₁), prinsip kuantitas (X₂), prinsip prioritas (X₃), prinsip sosial (X₄), kaidah lingkungan (X₅), Etika perilaku konsumsi Islami (X₆) berpengaruh secara parsial terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah pada situs Lazada (Y). Pengujian T pada penelitian ini menggunakan SPSS 20 dengan teknik probabilitas yaitu melihat signifikansi. Jika nilai sig $\leq \alpha$ maka Ho ditolak dan apabila nilai sig $> \alpha$ maka Ho diterima. Dengan ketentuan nilai alpha = 0,05 atau 5 persen.

⁶ Op.cit hlm.419.

Uji T pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4.18 Nilai Uji T

MODEL	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig
	B	Std. Error			
Constant	1.119	2.375		0.409	0.683
X1	0.227	0.105	0.155	2.174	0.032
X2	0.094	0.076	0.100	1.236	0.220
X3	0.032	0.287	0.017	0.113	0.190
X4	0.383	0.324	0.185	1.182	0.240
X5	0.572	0.112	0.407	5.131	0.000
X6	0.244	0.097	0.190	2.503	0.014

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

- a. Pengaruh prinsip syariah terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada siuts Lazada.

Ha : Prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada siuts Lazada.

Ho : Prinsip syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada siuts Lazada.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh data dengan nilai signifikan 0.032. jika diuji dengan dua sisi maka $(0.032) < \alpha (0,05)$. Artinya Ho ditolak dan Ha

diterima. Maka kesimpulannya adalah secara parsial prinsip syariah berpengaruh secara signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

- b. Pengaruh prinsip kuantitas terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

Ha : Prinsip kuantitas berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

Ho : Prinsip kuantitas tidak berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh data dengan nilai signifikan 0.220. jika diuji dengan dua sisi maka $(0.220) > \alpha (0,05)$. Artinya Ho diterima dan Ha ditolak. Maka kesimpulannya adalah secara parsial prinsip kuantitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

- c. Pengaruh prinsip prioritas terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

Ha : Prinsip prioritas berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku

konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada siuts Lazada.

Ho : Prinsip prioritas tidak berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada siuts Lazada.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh data dengan nilai signifikan 0.190. jika diuji dengan dua sisi maka $(0.190) > \alpha (0,05)$. Artinya Ho diterima dan Ha ditolak. Maka kesimpulannya adalah secara parsial prinsip prioritas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada siuts Lazada.

d. Pengaruh prinsip sosial terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada siuts Lazada.

Ha : Prinsip sosial berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada siuts Lazada.

Ho : Prinsip sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada siuts Lazada.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh data dengan nilai signifikan 0.240. jika diuji dengan dua sisi maka $(0.240) > \alpha (0,05)$. Artinya Ho diterima dan Ha ditolak. Maka kesimpulannya adalah secara parsial prinsip prioritas tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

- e. Pengaruh kaidah lingkungan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

Ha : Kaidah lingkungan berpengaruh signifikan terhadap implementasi Perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

Ho : Kaidah lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh data dengan nilai signifikan 0.000. jika diuji dengan dua sisi maka $(0.000) < \alpha (0,05)$. Artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Maka kesimpulannya adalah secara parsial kaidah lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

- f. Pengaruh etika konsumsi Islami terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

Ha : Etika konsumsi Islami berpengaruh signifikan terhadap implementasi

perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

Ho : Etika konsumsi Islami tidak berpengaruh signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh data dengan nilai signifikan 0.014. jika diuji dengan dua sisi maka $(0.014) > \alpha (0,05)$. Artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Maka kesimpulannya adalah secara parsial etika konsumsi Islami berpengaruh secara signifikan terhadap implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

g. Variabel yang paling dominan mempengaruhi implementasi perilaku konsumsi Islami mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada situs Lazada.

Dengan melihat *standardize beta* pada tabel 4.15 di atas maka dapat dilihat bahwa pada variabel bebas diperoleh nilai dari prinsip syariah (X_1) sebesar 0.155, prinsip kuantitas (X_2) sebesar 0.100, prinsip prioritas (X_3) sebesar 0.017, prinsip sosial (X_4) sebesar 0.185, kaidah lingkungan (X_5) sebesar 0.407, dan etika konsumsi Islami (X_6) sebesar 0.190. Dapat kita simpulkan bahwa variabel (X_5) atau kaidah lingkungan adalah variabel yang paling dominan. Hal ini disebabkan karena nilai *standardized beta* pada variabel ini lebih tinggi daripada variabel-variabel lain.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Mayoritas penelitian menggunakan koefisien determinan (R^2), dalam SPSS diambil melalui nilai adjusted R^2 . Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi banyaknya variabel dependen⁷. Dari hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan aplikasi SPSS 20 menunjukkan nilai pada *Adjusted R Square* sebesar 63.3 persen dan sisanya 36.7 persen dipengaruhi oleh variabel lain. Sebagaimana tabel 4.16 berikut ini :

Tabel 4.19 Uji R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.error of estimate
1	0.810	0.656	0.633	1.535

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2017

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil hasil penelitian ini membuktikan bahwa, perilaku konsumsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berdasarkan pengalamannya menggunakan layana situs Lazada memang memiliki keterhubungan dengan prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, prinsip sosial, kaidah lingkungan, dan etika konsumsi Islami (prinsip-prinsip konsumsi

⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang, Universitas Diponegoro, 2011.

dalam Islam), dapat dilihat pada nilai signifikansi F yang memiliki tingkat signifikansi 0.000, namun jika kita melihat pada nilai *adjusted R²*, prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam hanya mampu menerangkan perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Agama Islam sebesar 63.3 persen saja, artinya masih ada unsur lain yang menjadi alasan mahasiswa fakultas agama Islam dalam melakukan konsumsi yaitu sebesar 36.7 persen. Dalam penelitian yang komprehensif sudah selayaknya memiliki variabel independen yang mampu menerangkan varian daripada variabel dependen dengan prosentase lebih besar. Meskipun begitu, hasil penelitian ini adalah penelitian yang standar dalam mengukur perilaku konsumsi suatu objek yang ditinjau secara Islami.

Adapaun permasalahan yang terjadi pada model perilaku konsumsi Islami, yang belum mampu menerangkan varian perilaku konsumsi objek penelitian, adalah belum adanya tokoh atau ulama yang secara baku menjelaskan terkait prinsip-prinsip yang secara universal digunakan sebagai ukuran standar perilaku konsumsi dalam Islam.

Lebih jauh mengukur perilaku konsumsi pada penggunaan jasa layanan online, sangat sulit dilakukan, terutama dalam mengelompokkan konsumen yang menggunakan salah satu layanan jasa situs tertentu. Terbukti dalam penelitian ini, dari 100 orang mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang di survei hanya 35 orang atau 35% saja orang yang menggunakan jasa layanan situs Lazada, artinya untuk mengukur objek yang lebih ideal harus mengambil sampel yang lebih besar. Selain itu, permasalahan dalam mengukur perilaku konsumsi pada konsumen bisnis *online* yaitu dalam menyesuaikan pola

konsumsi dengan tolak ukurnya karena akan kembali berkaitan dengan prinsip-prinsip konsumsi islami yang dalam penelitian ini menggunakan pendapatnya Al-Haritsi, yang salah satu prinsipnya adalah dengan memperhatikan lingkungan sekitar. Dalam hal konsumen bisnis online, tidak mudah untuk mencari model pengukuran prinsip pemerhatian terhadap lingkungan.

Pengaruh setiap unit variabel independen atau pengaruh setiap prinsip prinsip dasar konsumsi Islami secara parsial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Agama Islam, dari enam prinsip hanya tiga prinsip yang signifikan yaitu pada prinsip syariah, kaidah lingkungan, dan etika konsumsi Islami, artinya perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam menggunakan layanan jasa bisnis online Lazada ditinjau secara prinsip dasar konsumsi Islami, pertama, dapat teraplikasikan pada prinsip syariah sebagai wujud ketaatan yang sifatnya berupa keyakinan. Kedua pada kaidah lingkungan, yaitu perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dapat menjaga atau memperhatikan lingkungan sekitar saat mengkonsumsi suatu barang. Asumsi peneliti, perilaku konsumsi mahasiswa pada kaidah lingkungan bisa menjadi sangat signifikan karena tidak adanya bentuk barang yang di konsumsi secara online, yang berpengaruh langsung terhadap lingkungan sekitar. Begitu pula ini yang menjadi alasan kaidah lingkungan menjadi prinsip yang paling dominan dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yang ketiga, pada etika konsumsi Islami. Mahasiswa Fakultas Agama Islam secara prinsip dasar konsumsi Islami

telah menerapkan etika konsumsi Islami dalam melakukan transaksi jual-beli pada layanan situs Lazada.

Secara parsial, mahasiswa Fakultas Agama Islam belum menerapkan prinsip dasar konsumsi Islami pada tiga prinsip yaitu, pertama pada prinsip kuantitas, artinya mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berdasarkan pengalamannya dalam mengkonsumsi barang melalui layanan jasa situs Lazada belum bisa mengatur ukuran kuantitas yang telah ditetapkan menurut syariat. Kedua, mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta belum menerapkan prinsip dasar konsumsi Islami pada prinsip prioritas, artinya mahasiswa dalam menggunakan layanan jasa situs Lazada saat bertransaksi jual beli, belum dapat menentukan skala prioritas kebutuhan konsumsinya yaitu *dharuriyat*, *haajiyat*, dan *tahsiniyat*. Ketiga, mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, saat berbelanja online pada situs Lazada belum bisa menerapkan prinsip sosial artinya, mahasiswa belum bisa mengatur pola konsumsinya untuk kepentingan orang-orang sekitar, sehingga dapat tercipta kehormatan dalam hidup bermasyarakat⁸.

⁸ Arif Pujiyono, Teori Konsumsi Islami, *Dinamika Pembangunan Vol 3 No 2*. hlm.199.