

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan metode survei dengan membagikan kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, sasaran dari objek penelitian ini meliputi tiga jurusan yaitu : Akuntansi, Ilmu Ekonomi dan Manajemen angkatan 2016. Jumlah kuesioner yang memenuhi karakteristik objek penelitian yaitu sebanyak 100 kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden. Karakteristik pertanyaan dan hasil penyebaran kuesioner secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 1
Karakteristik Pertanyaan Kuesioner

NO	INSTRUMEN	Jumlah Pertanyaan
1.	Prinsip Syariah	5
2.	Prinsip Kuantitas	5
3.	Prinsip Prioritas	3
4.	Prinsip Sosial	3
5.	Kaidah Lingkungan	4
6.	Perilaku konsumem muslim	5
	Total	25

Sumber : Kuesioner yang dibuat tahun 2019

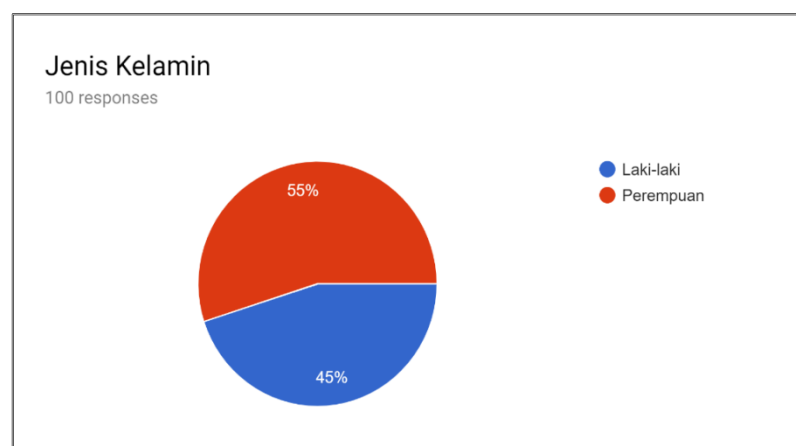
Jumlah pertanyaan yang terhimpun dalam kuesioner adalah sebanyak 25 pertanyaan yang diambil dari penelitian sebelumnya, dan dilengkapi dari teori yang merepresentasikan penyelesaian rumusan masalah penelitian. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, meliputi 5 pertanyaan mewakili Prinsip Syariah, 5 pertanyaan mewakili Prinsip Kuantitas, 3 pertanyaan mewakili Prinsip Prioritas, 3 pertanyaan mewakili Prinsip Sosial, 4

pertanyaan mewakili Kaidah Lingkungan, 5 pertanyaan mewakili Perilaku konsumen muslim.

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 gambar 4.1 berikut :

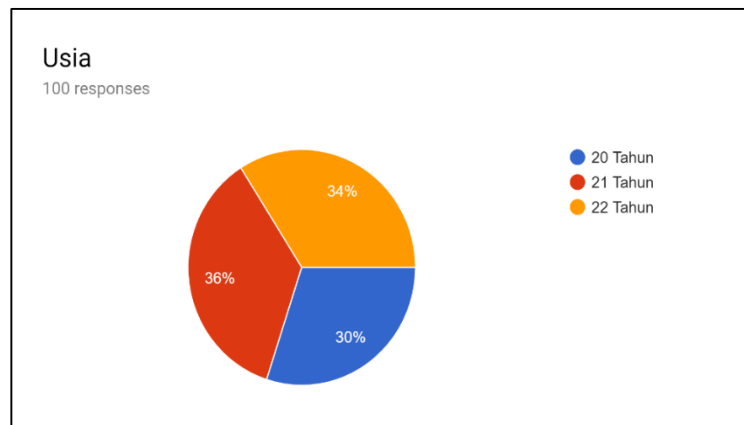


Sumber : Output google form, 2019

Gambar 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelamin, terdapat 100 responden yang terdiri dari 55 orang responden perempuan dan 45 orang responden laki-laki. Terlihat bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki.

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

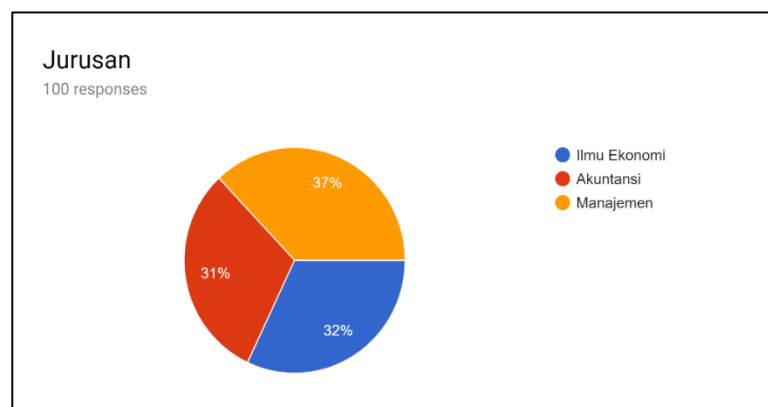


Sumber : Output google form, 2019

Gambar 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden, peneliti mengelompokkan usia responden yang sesuai dengan karakteristik mahasiswa angkatan 2016 yaitu pada usia 20 tahun sebanyak 30 responden, pada usia 21 sebanyak 36 responden dan pada usia 22 tahun sebanyak 34 responden.

Karakteristik responden berdasarkan jurusan sebagaimana pada gambar 4.3 berikut ini :



Sumber : Output google form, 2019

Gambar 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Karakteristik responden berdasarkan jurusan di kelompokkan berdasarkan objek yang ingin diteliti yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis yang dibagi menjadi tiga jurusan yaitu Akuntansi, Ilmu Ekonomi, dan Manajemen. Terdapat 31 responden dari jurusan akuntansi, 32 responden dari jurusan ilmu ekonomi dan 37 responden dari jurusan manajemen.

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 21.

1. Uji Validitas

Uji Validitas yaitu untuk mengukur apakah data kuesioner 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 diukur. (Asra, 2014 : 143)

Untuk mengidentifikasi apakah setiap butir pertanyaan itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan melihat kolom Pearson Correlation (Korelasi produk moment) dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkolaborasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkapkan apa yang ingin diungkap. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian signifikansi dapat diketahui dengan melihat r tabel (uji 2 sisi pada tingkat signifikan 0,05). Jika nilai r hitung $>$ r tabel maka

item pertanyaan dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item tersebut tidak valid. (Rahmawati, 2016 : 37)

Tabel 4. 2
Rekapitulasi uji validitas kuesioner variabel Prinsip Syariah

Variabel	Item	Pearson Correlation	Keterangan
Prinsip Syariah (X1)	X1.1	1	Valid
	X1.2	0,489	Valid
	X1.3	0,400	Valid
	X1.4	0,485	Valid
	X1.5	0,535	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

Dalam penelitian ini, dikarenakan responden yang diambil adalah sebanyak 100, maka dikurangi 2 (*degree of freedom*) $100 - 2 = 98$. Dalam r tabel dengan melihat pada product moment maka nilai r tabel adalah 0,196. Untuk menentukan validitas data maka r hitung harus $>$ 0,196. Berdasarkan keterangan tabel di atas hasil yang didapatkan pada variabel Prinsip Syariah (X1) dikatakan valid semua karena nilai r hitung dari tiap item lebih besar dari r table.

Tabel 4. 3
Rekapitulasi uji validitas kuesioner variabel Prinsip Kuantitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Keterangan
Prinsip Kuantitas (X2)	X2.1	1	Valid
	X2.2	0,717	Valid
	X2.3	0,638	Valid
	X2.4	0,614	Valid
	X2.5	0,590	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

Pada variabel Prinsip Kuantitas (X2) dikatakan valid seluruhnya karena r hitung $>$ r tabel 0,196 yang berarti setiap item pertanyaan yang

termasuk dalam Prinsip Kuantitas dapat memberikan hasil ukur dengan tepat dari apa yang diteliti.

Tabel 4. 4
Rekapitulasi uji validitas kuesioner variabel Prinsip Prioritas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Keterangan
Prinsip Prioritas (X3)	X3.1	1	Valid
	X3.2	0,667	Valid
	X3.3	0,510	Valid

Sumber :Data primer peneliti yang diolah 2019

Pada variabel Prinsip Prioritas (X3) dikatakan valid seluruhnya karena r hitung $>$ r tabel 0,196 yang berarti setiap item pertanyaan yang termasuk dalam Prinsip Prioritas dapat memberikan hasil ukur dengan tepat dari apa yang diteliti.

Tabel 4. 5
Rekapitulasi uji validitas kuesioner variabel Prinsip Sosial

Variabel	Item	Pearson Correlation	Keterangan
Prinsip Sosial (X4)	X4.1	1	Valid
	X4.2	0,672	Valid
	X4.3	0,474	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

Pada variabel Prinsip Sosial (X4) dikatakan valid seluruhnya karena r hitung $>$ r tabel 0,196 yang berarti setiap item pertanyaan yang termasuk dalam Prinsip Sosial dapat memberikan hasil ukur dengan tepat dari apa yang diteliti.

Tabel 4. 6
Rekapitulasi uji validitas kuesioner variabel Kaidah Lingkungan

Variabel	Item	Pearson Correlation	Keterangan
Kaidah Lingkungan (X5)	X5.1	1	Valid
	X5.2	0,732	Valid
	X5.3	0,595	Valid
	X5.4	0,533	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

Pada variabel Kaidah Lingkungan (X5) dikatakan valid seluruhnya karena r hitung $>$ r tabel 0,196 yang berarti setiap item pertanyaan yang termasuk dalam Kaidah Lingkungan dapat memberikan hasil ukur dengan tepat dari apa yang diteliti.

Tabel 4. 7
Rekapitulasi uji validitas kuesioner variable Perilaku Konsumsi Islam

Variabel	Item	Pearson Correlation	Keterangan
Perilaku Konsumen Muslim(Y)	Y.1	1	Valid
	Y.2	0,591	Valid
	Y.3	0,544	Valid
	Y.4	0,463	Valid
	Y.5	0,486	Valid

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa semua pertanyaan dari Variabel X1,X2,X3,X4,X5 sampai variabel Y yang tiap variabel memuat beberapa pertanyaan memiliki r hitung yang lebih besar dari 0,196 artinya semua pertanyaan menunjukkan data yang valid. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan untuk menguji perilaku konsumsi Islam mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta dari 25 pertanyaan, memiliki 25 pertanyaan yang valid atau semua pertanyaan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu pengujian instrumen yang apabila dilakukan secara berulang-ulang pada objek yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Untuk menguji reliabilitas suatu data, dapat diketahui dengan melihat tabel *reliability statistic*, suatu data dikatakan reliabel apabila hasil *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berikut adalah hasil uji reliabilitas instrumen data penelitian:

Tabel 4. 8
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Prinsip Syariah	0,837	Reliabel
Prinsip Kuantitas	0,904	Reliabel
Prinsip Prioritas	0,803	Reliabel
Prinsip Sosial	0,780	Reliabel
Kaidah Lingkungan	0,868	Reliabel
Perilaku Konsumen Muslim	0,894	Reliabel

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa, seluruh variabel yaitu prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, prinsip sosial, kaidah lingkungan, dan perilaku konsumen muslim, 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 multikolinieritas (Ghozali, 2011 : 105).

Uji deteksi multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 9
Hasil Uji Multikolinieritas

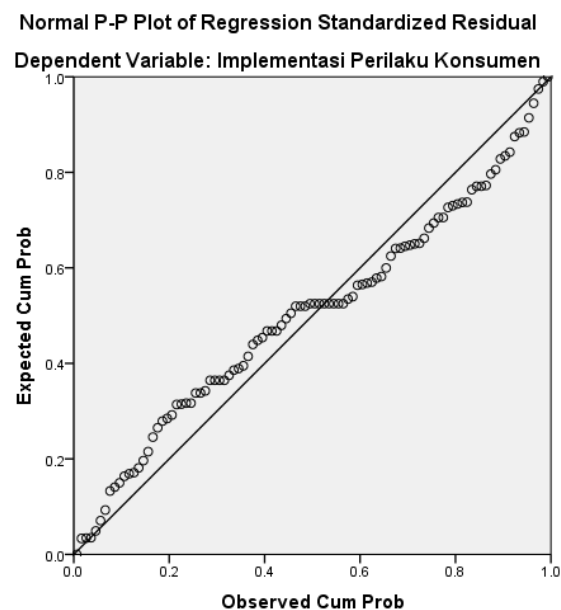
Model	Statistik Multikolinieritas		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Prinsip Syariah	0,443	2,260	Tidak terjadi multikolinieritas
Prinsip Kuantitas	0,602	1,662	Tidak terjadi multikolinieritas
Prinsip Prioritas	0,413	2,421	Tidak terjadi multikolinieritas
Prinsip Sosial	0,383	2,612	Tidak terjadi multikolinieritas
Kaidah Lingkungan	0,428	2,335	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

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) 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

Untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Berdasarkan data dari 100 responden, telah di uji normalitasnya dan dijelaskan berdasarkan gambar berikut :



Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

Gambar 4. 4
Uji Normalitas

Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan SPSS 21. Dengan menggunakan normal probability plots, melalui gambar 4.4, menerangkan bahwa variabel tidak terjadi normalitas karena titik-titik berada pada garis diagonal atau tidak menjauhi garis lurus diagonal.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan yang lain. Apabila varian 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.

Tabel 4. 10
Uji Heteroskedastisitas

Model	Signifikansi	Keterangan
Prinsip Syariah	0,522	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Prinsip Kuantitas	0,892	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Prinsip Prioritas	0,167	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Prinsip Sosial	0,161	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kaidah Lingkungan	0,367	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

Dari tabel 4.10 di atas dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak terjadi heteroskedastisitas karena semua nilai signifikansi berada di atas 0,05 atau 5 persen.

E. Regresi Linier Berganda

Tujuan dari regresi linier berganda adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu, prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, prinsip sosial, kaidah lingkungan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah pada belanja *online* di *ecommerce*.

Tabel 4. 11
Regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig
	B	Std. Error			
Constant	1,122	1,047		1,072	0,287
X1	0,294	0,085	0,293	3,470	0,001
X2	0,095	0,059	0,116	1,599	0,113
X3	-0,178	0,140	-0,111	-1,268	0,208
X4	0,591	0,149	0,361	3,969	0,000
X5	0,379	0,105	0,309	3,598	0,001

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

Hasil analisis di tuliskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

$$Y = 1.122 + 0.294X_1 + 0.095X_2 + (-0.178)X_3 + 0.591X_4 + 0.379X_5 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan keterangan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien konstanta adalah sebesar 1,122 hal ini berarti bahwa jika nilai koefisien prinsip syariah (X1), prinsip kuantitas (X2), prinsip prioritas (X3), prinsip sosial (X4), kaidah lingkungan (X5) sebesar 0 (nol) maka perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah pada belanja *online* akan naik sebesar 1,122.
2. Variabel prinsip syariah (X1), memiliki nilai koefisien sebesar 0,294. Artinya bahwa setiap satuan variabel prinsip syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah pada belanja *online* sebesar 0,294 jika variabelnya lainnya tetap.
3. Variabel prinsip kuantitas (X2), memiliki nilai koefisien sebesar 0,095. Artinya bahwa setiap satuan variabel prinsip kuantitas berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Muhammadiyah pada belanja *online* sebesar 0,095 jika variabelnya lainnya tetap.

4. Variabel prinsip prioritas (X3), memiliki nilai koefisien sebesar -0,178. Artinya bahwa setiap satuan variabel prinsip prioritas berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah pada belanja *online* sebesar -0,178 jika variabelnya lainnya tetap.
5. Variabel prinsip sosial (X4), memiliki nilai koefisien sebesar 0,591. Artinya bahwa setiap satuan variabel prinsip sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah pada belanja *online* sebesar 0,591 jika variabelnya lainnya tetap.
6. Variabel kaidah lingkungan (X5), memiliki nilai koefisien sebesar 0,379. Artinya bahwa setiap satuan variabel kaidah lingkungan berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah pada belanja *online* sebesar 0,379 jika variabelnya lainnya tetap.

F. Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F digunakan untuk menganalisa apakah variabel independen yaitu prinsip syariah (X1), prinsip kuantitas (X2), prinsip prioritas (X3), prinsip sosial (X4), kaidah lingkungan (X5) secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel dependen yaitu perilaku konsumen muslim

mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah dalam berbelanja *online* (Y).

Ha : Prinsip dasar konsumsi Islam (prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, prinsip sosial dan kaidah lingkungan) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah dalam berbelanja *online*

Ho : Prinsip dasar konsumsi Islam (prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, prinsip sosial dan kaidah lingkungan) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah dalam berbelanja *online*.

Tabel 4. 12
Hasil Uji F

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	473,251	5	94,650	44,461	0,000
1 Residual	200,109	94	2,129		
Total	673,360	99			

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

Dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 21, hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen yaitu prinsip syariah (X1), prinsip kuantitas (X2), prinsip prioritas (X3), prinsip sosial (X4), kaidah lingkungan (X5) memiliki nilai F sebesar 44,461 dengan nilai signifikansi 0,000. Kriteria penerimaan hipotesis yakni apabila nilai signifikan < 0,05 atau 5 persen maka Ho ditolak, dan apabila nilai signifikan > 0,05 atau 5 persen maka Ho diterima. 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) secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah pada dalam berbelanja *online*.

2. Uji T

Uji 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) berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah dalam berbelanja *online* (Y). Pengujian T pada penelitian ini menggunakan SPSS 21 dengan teknik probabilitas yaitu melihat signifikansi. Jika nilai $\text{sig} < \alpha$ maka H_0 ditolak dan apabila nilai $\text{sig} > \alpha$ maka H_0 diterima. Dengan ketentuan nilai $\alpha = 0,05$ atau 5 persen.

Tabel 4. 13
Nilai Uji T

Model	Beta	T	Sig
Constant		1,072	0,287
X1	0,293	3,470	0,001
X2	0,116	1,599	0,113
X3	-0,111	-1,268	0,208
X4	0,361	3,969	0,000
X5	0,309	3,598	0,001

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

Dari tabel di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa :

a. H_a : Prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

H_o : Prinsip syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh data dengan nilai signifikan 0,001. jika diuji dengan dua sisi maka $(0,001) < \alpha (0,05)$. Artinya H_o ditolak dan H_a diterima. Maka kesimpulannya adalah secara parsial prinsip syariah berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

b. H_a : Prinsip kuantitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

H_o : Prinsip kuantitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh data dengan nilai signifikan 0,113. Jika diuji dengan dua sisi maka $(0,113) > \alpha (0,05)$. Artinya H_o diterima dan H_a ditolak. Maka kesimpulannya adalah secara parsial prinsip kuantitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku

konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

- c. H_a : Prinsip prioritas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

H_o : Prinsip prioritas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh data dengan nilai signifikan 0,208. Jika diuji dengan dua sisi maka $(0,208) > \alpha (0,05)$. Artinya H_o diterima dan H_a ditolak. Maka kesimpulannya adalah secara parsial prinsip prioritas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

- d. H_a : Prinsip sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

H_o : Prinsip sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh data dengan nilai signifikan 0,000. Jika diuji dengan dua sisi maka $(0,000) > \alpha (0,05)$. Artinya H_o ditolak dan H_a diterima. Maka kesimpulannya adalah secara parsial

prinsip prioritas berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

e. H_a : Kaidah lingkungan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

H_o : Kaidah lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh data dengan nilai signifikan 0,001. jika diuji dengan dua sisi maka $(0,001) < \alpha (0,05)$. Artinya H_o ditolak dan H_a diterima. Maka kesimpulannya adalah secara parsial kaidah lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen muslim mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online*.

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 dependen.

Dari hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan aplikasi SPSS 21 menunjukkan nilai pada Adjusted R Square sebesar 68,7 persen

dan sisanya 31,3 persen dapat dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel prinsip keadilan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas yang dilakukan dalam penelitian oleh Zuliana (2015) tentang Prinsip konsumsi Islam berbasis nilai material dan spiritual.

Tabel 4. 14
Uji R Square

Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of estimate
1	0,838	0,703	0,687	1,459

Sumber : Data primer peneliti yang diolah 2019

G. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Prinsip Syariah Terhadap Perilaku Konsumen Muslim

Dari hasil penelitian membuktikan bahwa Prinsip Syariah (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumen muslim dalam berbelanja *online* pada penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penerapan prinsip syariah dalam perilaku konsumsi menurut Hermawan (135 : 2017) dalam jurnalnya, yaitu kondisi di mana seorang muslim mampu mendudukan perilaku konsumsinya sebagai wujud ketaatan dan keyakinan terhadap Allah. Apabila seseorang mengkonsumsi suatu barang maka hendaklah memperhatikan hukum-hukum yang berkaitan dengannya, apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya.

Dalam berbelanja *online* di *ecommerce*, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis walaupun bukan dari Fakultas Agama Islam namun

sudah mencerminkan sebagai konsumen yang menerapkan prinsip konsumsi dalam Islam yaitu pada prinsip syariah, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis memikirkan dan memperhatikan tentang kehalalan suatu produk yang akan mereka beli dan gunakan agar barang yang dikonsumsi mendatangkan manfaat yang baik dan terhindar dari dampak buruk yang mendatangkan mudharat.

2. Pengaruh Prinsip Kuantitas Terhadap Perilaku Konsumen Muslim

Dari hasil penelitian membuktikan bahwa Prinsip Kuantitas (X2) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel perilaku konsumen muslim dalam berbelanja *online* pada penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada penerapannya, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang pernah berbelanja *online* di *ecommerce* terkadang tidak memperhatikan produk yang mereka beli apakah benar-benar sesuai dengan kebutuhannya, mahasiswa juga suka membeli barang karena mengikuti *trend* yang ada bukan berdasarkan kebutuhan yang sebenarnya. Hal tersebut dilihat dari hasil penelitian yang tidak signifikan antara prinsip kuantitas dengan implementasi konsumsi Islam pada mahasiswa.

Islam melarang sesuatu yang berlebih-lebihan karena merupakan hal yang tidak baik. Ada baiknya jika memiliki kesadaran untuk lebih bijaksana dalam berbelanja sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan, sehingga barang yang sudah ada dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya dan terhindar dari kemubadziran. (Putra, 262 : 2017)

3. Pengaruh Prinsip Prioritas Terhadap Perilaku Konsumen Muslim

Dari hasil penelitian membuktikan bahwa Prinsip Prioritas (X3) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel perilaku konsumen muslim dalam berbelanja *online* pada penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Fakta yang didapatkan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu dengan kemampuan membeli secara *online* yang dimiliki mahasiswa sangat tinggi sehingga membuat mereka lupa prioritas mereka dalam memenuhi kebutuhan yang sebenarnya. Mahasiswa dalam menggunakan layanan jasa secara *online* saat bertransaksi, belum dapat menentukan skala prioritas kebutuhan konsumsinya yaitu *dharuriyat* (primer), (sekunder) *haajiyat*, dan *tahsiniyat* (tersier).

Menurut jurnal Reno Putra (261 : 2017) disebutkan bahwa berlebihan dalam kepuasan pribadi atau dalam pengeluaran untuk hal-hal yang tidak perlu serta dalam keinginan disebut kemewahan. Biaya kemewahan biasanya lebih besar dari keuntungan yang diperoleh seseorang dari hasil kesenangan tersebut. Membeli barang yang didasarkan oleh keinginan tanpa mementingkan kegunaan dan manfaat dari suatu barang hanya membuat seseorang menjadi konsumtif.

4. Pengaruh Prinsip Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Muslim

Dari hasil penelitian membuktikan bahwa Prinsip Sosial (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku

konsumen muslim dalam berbelanja *online* pada penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berbelanja *online*, tetap menerapkan prinsip sosial dalam kehidupannya yaitu dengan peduli serta membantu orang-orang disekitar dan tidak hanya mementingkan keinginan diri sendiri, seperti ketika sedang berbelanja di *ecommerce*, mahasiswa tidak keberatan apabila dana yang mereka keluarkan untuk berbelanja ternyata hasilnya akan disumbangkan untuk kepentingan sosial atau sebagian dari dana mereka yang sudah dibelanjakan akan diberikan kepada orang-orang yang kurang mampu.

Penerapan ilmiah pada prinsip sosial dalam perilaku konsumsi berarti kondisi di mana sesungguhnya saling berkaitan dan saling sepenanggungan merupakan salah satu ciri dasar umat Islam, baik individu maupun kelompok. Serta tidak membahayakan atau tidak mendatangkan mudharat bagi orang lain. (Hermawan, 140 : 2017)

5. Pengaruh Kaidah Lingkungan Terhadap Perilaku Konsumen Muslim

Dari hasil penelitian membuktikan bahwa Kaidah Lingkungan (X5) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumen muslim dalam berbelanja *online* pada penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Kaidah lingkungan menurut pandangan Islam yaitu seperti firman Allah di dalam Al-Qur'an surat Al-Anbiya 107 yang artinya: "Dan tiadalah kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam" maksudnya di sini adalah manusia sebagai rahmatan lil alamin merupakan tujuan dari Islam itu sendiri. Maka Islam mempunyai kewajiban untuk menjaga lingkungan termasuk bumi dan apa saja yang terdapat di dalamnya seperti manusia, tumbuhan, hewan, serta makhluk hidup lainnya maupun makhluk tidak hidup atau benda mati.

Lingkungan memiliki pengaruh besar dalam perilaku konsumsi, dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi, potensi, dan daya dukung sumber daya alam yang ada di bumi, serta tidak merusak lingkungan yang bersifat materi maupun non materi. Maka dalam mengkonsumsi sering terjadi perubahan pada konsumsi karena mengikuti perubahan pada lingkungan. (Hermawan, 132 : 2017)

Perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam berbelanja *online* sudah menerapkan prinsip kaidah lingkungan pada prinsip konsumsi Islam dengan memperhatikan dan menjaga lingkungan dari hal-hal kecil seperti membuang sampah belanjaan pada tempatnya, memperhatikan bahan dasar yang digunakan pada barang yang mereka beli apakah mencemari lingkungan atau tidak, kemudian menjaga lingkungan dengan cara mengurangi permintaan kantong plastik pada saat berbelanja.