

**PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN BULANAN,  
HUBUNGAN TEMAN SEBAYA DAN TREND TERHADAP  
PERILAKU KONSUMSI BUSANA DALAM PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS MAHASISWA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA DAN UIN  
SUKA YOGYAKARTA)**

**THE EFFECT OF MONTHLY INCOME RATE, PEERS  
RELATIONSHIP AND TRENDS ON FASHION  
CONSUMPTION BEHAVIOR IN THE PERSPECTIVE  
OF ISLAMIC ECONOMY  
(A CASE STUDY ON THE STUDENTS AT UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA AND UIN SUKA  
YOGYAKARTA)**

**Kinjariah dan Syarif As'ad, S.EI., M.SI**

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Lingkar Selatan Kasihan,*

*Bantul, DI Yogyakarta, 55183*

*E-mail : [kinjariah@gmail.com](mailto:kinjariah@gmail.com)*

*[syarif\\_asad@umy.ac.id](mailto:syarif_asad@umy.ac.id)*

**ABSTRAK**

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat pendapatan bulanan, hubungan teman sebaya dan trend terhadap perilaku konsumsi busana dalam perspektif ekonomi Islam secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Mahasiswa UIN SUKA Yogyakarta. Menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel 100 orang mahasiswa. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk menguji hipotesis dengan aplikasi SPSS Versi 23. Hasil Penelitian ini menunjukan bahwa (1) Variabel tingkat pendapatan bulanan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi busana dalam perspektif ekonomi Islam. (2) Variabel hubungan teman sebaya berpengaruh negative tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi busana dalam perspektif ekonomi Islam. (3) Variabel trend berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi busana dalam perspektif ekonomi Islam. (4) Variabel tingkat pendapatan bulanan, hubungan teman sebaya dan trend secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi busana dalam perspektif ekonomi Islam.*

**Kata kunci:** *Tingkat Pendapatan Bulanan, Hubungan Teman Sebaya, Trend, Perilaku Konsumsi.*

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to find out the effect of monthly income rate, peers relationship and trends on fashion consumption behavior in the partial and simultaneous perspective of Islamic economy. This research used quantitative approach with primary and secondary data. The population of this research was the students of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta and UIN SUKA Yogyakarta. Purposive sampling was used as the sampling technique, involving 100 students as the sample. Multiple linear regression was used to test hypothesis, using SPSS Version 23 software application as the analysis tool. The research result shows that: (1) Monthly income rate variable has positive and significant effect on the fashion consumption behavior in the perspective of Islamic economy. (2) Peers relationship variable has insignificantly negative effect on the fashion consumption behavior in the perspective of Islamic economy. (3) Trend variable has insignificantly positive effect on the fashion consumption behavior in the perspective of Islamic economy. (4) The variables of monthly income rate, peers relationship and trends simultaneously have significantly positive effect on the fashion consumption behavior in the perspective of Islamic economy.*

**Keywords:** *Monthly Income Rate, Peers Relationship, Trends, Consumption Behavior.*

## **PENDAHULUAN**

Konsumsi dilakukan oleh semua makhluk hidup termasuk manusia, yang mana dalam hal ini konsumsi adalah bentuk perilaku ekonomi. Namun, sebagaimana dalam ilmu ekonomi konsumsi bukan hanya sekedar makan atau minum akan tetapi semua yang menyangkut kegiatan membeli dan menggunakan semua produk-produk barang maupun jasa. Seperti membeli jilbab, sepatu, gelang, baju, rok dan lain sebagainya Imammudin (dalam jurnal Ilyas, 2016).

Namun sering kali dalam mengkonsumsi sesuatu seseorang tidaklah sesuai dengan yang seharusnya dan berlebihan sehingga hal ini disebut perilaku konsumtif yang ada pada diri seseorang. Dalam hal ini sesuai dengan pendapat (Adiputra dan Moningka, 2012) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang mana tidak mempertimbangkan rasional akan tetapi lebih pada keinginan jadi dalam mengkonsumsi sesuatu seseorang bisa dengan mudahnya membeli suatu barang sesuai keinginannya (*want*) saja bukan berdasarkan kebutuhannya (*Need*) semata.

Busana termasuk salah satu hal yang penting bagi seseorang untuk dikonsumsi karena di dalam unsur busana yaitu baju, celana, gamis dan lain-lain juga masuk kedalam lima unsur dasar kebutuhan manusia. Hal ini di dukung dengan data statistik yang mengatakan bahwasanya belanja sepatu di Indonesia meningkat. Yang mana pada tahun 2010 angka belanja sepatu di Indonesia hanya mencapai Rp. 106.000 per kapita sedangkan pada tahun 2011 angka belanja sepatu di Indonesia menjadi Rp. 115.000 per kapita. Data belanja busana sepatu rata-rata masyarakat yang ada di Indonesia di dapatkan dari perbandingan antara pasar sepatu nasional dengan jumlah penduduk yang ada di negara Indonesia, sehingga di dapat hasil dari belanja sepatu rata-rata masyarakat Indonesia tersebut. Data Asosiasi Persepatuan Indonesia atau yang disebut juga dengan (Aprisindo) menunjukkan bahwasanya pada tahun ini proyeksi pasar sepatu domestik naik sebesar 30% dari tahun lalu yaitu tahun 2010, yang mana dari Rp. 25 triliun naik menjadi Rp. 27 triliun pada tahun 2011 Admin dalam (Adiputra dkk.,2012)..

Peneliti melihat bahwa pendapatan bulanan, hubungan teman sebaya dan trend menjadi hal yang penting untuk diteliti. Sebagaimana menurut (Anggraeni dan Mariyanti, 2014) dalam jurnal (Dikria, 2016) yang mengatakan bahwa dalam dunia mahasiswa sudah seharusnya di isi dengan sesuatu yang bermanfaat seperti hal-hal yang dapat menambah pengetahuan, keahlian bahkan ketrampilan yang positif sehingga dapat memiliki orientasi di masa depan yang berguna untuk bangsa dan masyarakat . Akan tetapi gaya hidup yang konsumtif meliputi seluruh remaja yang mana mahasiswa juga termasuk kedalamnya. Kehidupan lingkungan kampus membentuk perubahan budaya sosial dengan gaya hidup yang khas di dalam dunia mahasiswa. Setiap orang memiliki dan mempertahankan pola konsumtifnya masing-masing. Mahasiswa termasuk remaja yang mengikuti pola perkembangan zaman yang apabila membeli dan menggunakan suatu barang yang bermerek maka akan mengikat harga dirinya.

Pendapatan bulanan menjadi salah satu variabel yang penting untuk di teliti, hal ini meninjau dalam dunia mahasiswa sangatlah erat dengan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh mahasiswa, Pendapatan bulanan yang di terima dari orang tua dapat memunculkan masalah keuangan apabila seseorang tidak bisa

mengelola keuangannya dengan baik dan membuat perencanaan keuangan seperti membeli barang-barang yang seharusnya diperlukan. Sehingga pendapatan bulanan akan habis sebelum waktu yang telah ditetapkan. Perilaku ekonomi setiap orang tidaklah terlepas akan pendapatan yang di terimanya. Pendapatan bersumber dari pemberian orang dewasa yang dimana digunakan untuk keperluan seseorang sebagai pelaku ekonomi seperti membeli sesuatu dan menabung. Besaran tingkat pendapatan akan mendorong seseorang dalam berperilaku ekonomi baik rasional maupun non rasional, dari keduanya juga mempertimbangkan atas skala prioritas (Faidah dkk., 2018).

Hubungan teman sebaya menjadi sesuatu yang dapat mendorong seseorang dalam mengkonsumsi sesuatu produk busana, karena kehidupan manusia satu dengan yang lainnya tidaklah terlepas dengan lingkungannya dan teman merupakan tempat terdekat yang seseorang sering jumpai. Loc dalam sumarno dalam jurnal (Perdana,2017) Sumarno mengemukakan bahwa kelompok referensi akan menghasilkan yang namanya suatu faktor eksternal pembentuk perilaku konsumtif. Hubungan pertemanan atau di dalamnya dapat mencakup kelompok teman sebaya yang disebut juga dengan *peer group* termasuk kedalam kelompok referensi.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 29 mei 2017 yang dilakukan oleh (Sari, N. 2017) kepada sepuluh mahasiswa pada jurusan IPS FIS UNY didapatkan informasi bahwasannya enam dari sepuluh mahasiswa saat sedang di Mall baik itu untuk berbelanja atau hanya sekedar jalan-jalan lupa akan waktu. Hal ini dilakukan dengan alasan untuk menghilangkan kejenuhan yang dikibatkan oleh tugas yang mereka dapatkan. Untuk mengatasi rasa jenuh tersebut mereka sering terbujuk oleh rayuan teman-teman nya seperti pergi ke tempat wisata, pergi ke cafe-cafe dan lain sebagainya, dua diantaranya lebih percaya diri jika memakai sesuatu yang bermerek baik itu seperti baju, sepatu, tas maupun yang lainnnya, sedangkan empat dari mereka tidak banyak mengalami hal-hal tersebut namun juga lupa akan waktu saat berada di Mall. Dengan ini peneliti melihat bahwasannya hubungan petemanan menjadi hal yang penting untuk diteliti sebab dalam

mengonsumsi suatu produk yaitu busana teman menjadi pertimbangan seseorang akan membeli atau tidak suatu produk tersebut.

Trend salah satu hal yang di pertimbangkan selain pendapatan bulanan dan hubungan pertemanan dalam membeli suatu produk yaitu busana, dimana mahasiswa banyak yang membeli produk busana hanya karena trend yang saat ini sedang berkembang di pasaran dan karena ingin di pandang baik oleh orang di sekelilingnya. Sebagaimana dalam jurnal (Asmita, 2019) mengatakan bahwa Mengenakan busana yang *trend* saat ini dapat menunjang penampilan mereka pada saat pergi ke kampus, hal ini sudah biasa dan dianggap sebagai bentuk status sosial maupun *prestise* dikalangan mahasiswa sehingga kampus bukan lagi dijadikan sebagai tempat mencari ilmu melainkan dijadikan sebagai tempat untuk menunjukkan eksistensi diri sehingga munculnya perilaku konsumtif di kalangan mahasisiwi.

Maraknya perkembangan model trend fashion zaman sekarang memberi dampak yang sangat besar kepada perilaku mahasiswi karena mahasiswi selalu ingin berpenampilan menarik dan ingin menunjukkan eksistensi dirinya sehingga mahasiswi lebih cenderung memenuhi kebutuhannya. Hal ini mengakibatkan mahasiswi berperilaku konsumtif karena ingin membeli berbagai jenis barang agar dapat menunjang penampilannya. Konsumtif adalah perilaku yang boros karena membeli suatu barang tidak berdasarkan kebutuhannya melainkan keinginannya sendiri.

Peneliti meninjau dari penelitian terdahulu bahwasanya fenomena yang diuraikan diatas terjadi di kampus-kampus yang notabennya kampus umum atau negeri dalam hal ini peneliti mencoba untuk melihat apakah di kampus Islami variabel tersebut berpengaruh pada konsumsi busana dalam perspektif ekonomi Islam seperti di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mana adalah salah satu kampus Islam yang terletak di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan kampus Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta. Waktu pelaksanaan yaitu pada bulan November 2019 sampai dengan Desember 2019 dengan jumlah sampel yang di ambil adalah sebanyak 100 orang mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang di uji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer yang peroleh langsung dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan sumber data sekunder yang diperoleh dari sumber kedua melalui media informasi seperti jurnal-jurnal hasil penelitian terdahulu melalui internet dan juga dari buku-buku yang mendukung penelitian ini. Teknik analisa data menggunakan uji asumsi klasik dan juga uji regresi berganda (Sugiyono,2016).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

#### a. Variabel Tingkat Pendapatan Bulanan (X1)

Tingkat Pendapatan Bulanan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.36	0,181	Valid
X1.2	0.548	0,181	Valid
X1.3	0.206	0,181	Valid
X1.4	0.464	0,181	Valid

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwasanya seluruh instrumen pertanyaan dikatakan valid yang dilihat dari semua instrument  $X_1$  memiliki nilai atas 0,181, yang berarti  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dengan demikian seluruh butir pertanyaan  $X_1$  dinyatakan valid.

b. Variabel Hubungan Teman Sebaya (X2)

<b>Hubungan Teman Sebaya</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>X2.1</b>	0.399	0,181	Valid
<b>X2.2</b>	0.19	0,181	Valid
<b>X2.3</b>	0.325	0,181	Valid
<b>X2.4</b>	0.495	0,181	Valid
<b>X2.5</b>	0.415	0,181	Valid
<b>X2.6</b>	0.446	0,181	Valid
<b>X2.7</b>	0.356	0,181	Valid

Dari dapat diketahui bahwasanya seluruh instrumen pertanyaan dikatakan valid yang dilihat dari semua instrument X<sub>2</sub> memiliki nilai atas 0,181, yang berarti  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , dengan demikian seluruh butir pertanyaan X<sub>2</sub> dinyatakan valid.

c. Trend (X3)

<b>Trend</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>X3.1</b>	0.450	0,181	Valid
<b>X3.2</b>	0.568	0,181	Valid
<b>X3.3</b>	0.319	0,181	Valid

Dari tabel diatas diketahui bahwasanya seluruh instrumen pertanyaan dikatakan valid yang dilihat dari semua instrument X<sub>3</sub> memiliki nilai atas 0,181, yang berarti  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , dengan demikian seluruh butir pertanyaan X<sub>3</sub> dinyatakan valid.

d. Perilaku Konsumsi (Y)

<b>Perilaku Konsumsi</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Y.1</b>	0.224	0,181	Valid
<b>Y.2</b>	0.396	0,181	Valid
<b>Y.3</b>	0.413	0,181	Valid

Dari tabel diatas diketahui bahwasanya seluruh intrumen pertanyaan dikatakan valid yang dilihat dari semua instrument Y memiliki nilai atas 0,181, yang berarti  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , dengan demikian seluruh butir pertanyaan Y dinyatakan valid.

e. Tingkat Pendapatan Bulanan (X1), Hubungan Teman Sebaya (X2) dan Trend (X3)

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
<b>0.843</b>	Reliable

Variabel Tingkat Pendapatan Bulanan, Hubungan Teman Sebaya dan Trend dilihat dari tabel diatas bahwa jumlah cronbach alpha yang didapat diatas 0,600 maka variabel komunikasi pemasaran dapat dikatakan reliabel.

#### **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Uin SUKA Yogyakarta**

a. Variabel Tingkat Pendapatan Bulanan (X1)

<b>Tingkat Pendapatan Bulanan</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>X1.1</b>	0.213	0,181	Valid
<b>X1.2</b>	0.467	0,181	Valid
<b>X1.3</b>	0.295	0,181	Valid
<b>X1.4</b>	0.489	0,181	Valid

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwasanya seluruh instrumen pertanyaan dikatakan valid yang dilihat dari semua instrument  $X_1$  memiliki nilai atas 0,181, yang berarti  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dengan demikian seluruh butir pertanyaan  $X_1$  dinyatakan valid.

b. Variabel Hubungan Teman Sebaya ( $X_2$ )

<b>Hubungan Teman Sebaya</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>X2.1</b>	0.200	0,181	Valid
<b>X2.2</b>	0.350	0,181	Valid
<b>X2.3</b>	0.409	0,181	Valid
<b>X2.4</b>	0.338	0,181	Valid
<b>X2.5</b>	0.550	0,181	Valid
<b>X2.6</b>	0.281	0,181	Valid
<b>X2.7</b>	0.477	0,181	Valid

Dari dapat diketahui bahwasanya seluruh instrumen pertanyaan dikatakan valid yang dilihat dari semua instrument  $X_2$  memiliki nilai atas 0,181, yang berarti  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dengan demikian seluruh butir pertanyaan  $X_2$  dinyatakan valid.

c. Trend ( $X_3$ )

<b>Trend</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>X3.1</b>	0.477	0,181	Valid
<b>X3.2</b>	0.560	0,181	Valid
<b>X3.3</b>	0.183	0,181	Valid

Dari tabel diatas diketahui bahwasanya seluruh intrumen pertanyaan dikatakan valid yang dilihat dari semua instrument  $X_3$  memiliki nilai atas 0,181, yang berarti  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dengan demikian seluruh butir pertanyaan  $X_3$  dinyatakan valid.

d. Perilaku Konsumsi (Y)

<b>Perilaku Konsumsi</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Y.1</b>	0.257	0,181	Valid
<b>Y.2</b>	0.265	0,181	Valid
<b>Y.3</b>	0.488	0,181	Valid

Dari tabel diatas diketahui bahwasanya seluruh intrumen pertanyaan dikatakan valid yang dilihat dari semua instrument Y memiliki nilai atas 0,181, yang berarti  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dengan demikian seluruh butir pertanyaan Y dinyatakan valid.

e. Tingkat Pendapatan Bulanan (X1), Hubungan Teman Sebaya (X2) dan Trend (X3)

<b>Cronbach's</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Alpha</b>	
<b>0.792</b>	Reliable

Variabel Tingkat Pendapatan Bulanan, Hubungan Teman Sebaya dan Trend dilihat dari tabel diatas bahwa jumlah cronbach alpha yang didapat diatas 0,600 maka variabel komunikasi pemasaran dapat dikatakan reliabel.

**Uji Asumsi Klasik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

a. Uji normalitas

<b>Unstandardized</b>
<b>Residual</b>

Asymp. Sig. (2-tailed)

.200<sup>c,d</sup>

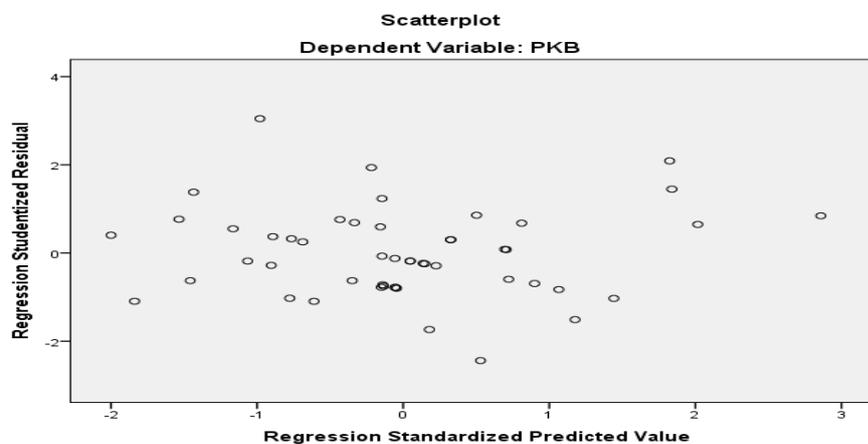
Pada pengujian yang ada diatas, dinyatakan bahwa uji Kolmogorov-smirnov penelitian ini mendapatkan nilai sig sebesar 0,200 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05, hasil tersebut menunjukkan bahwa data tersebut memiliki distribusi yang normal.

b. Uji multikolinearitas

Variabel	Signifikan	Tolerance	VIF
Tingkat Pendapatan Bulanan	0.172	0.62	1.612
Hubungan Teman Sebaya	0.558	0.829	1.207
Trend	0.203	0.685	1.459

Dari tabel atas hasil uji multikolinearitas yang dilihat dari nilai tolerance dan VIF pada setiap variabel penelitian. Sebuah penelitian dikatan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas ketika nilai tolerance diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10,00. Pada ketiga variabel nilai tolerance sebesar diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10,00. Hal ini menunjukkan bahwa dari data penelitian tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen dan variabel dependen.

c. Uji heteroskedastisitas



Dari gambar dapat dilihat bahwa data menyebar diatas dan dibawah angka nol dengan data tersebut dapat dikatakan bahwasnya dalam penelitian yang dilakukan di kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

### Uji Asumsi Klasik UIN SUKA Yogyakarta

#### a. Uji normalitas

	<b>Unstandardized Residual</b>
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>	.200 <sup>c,d</sup>

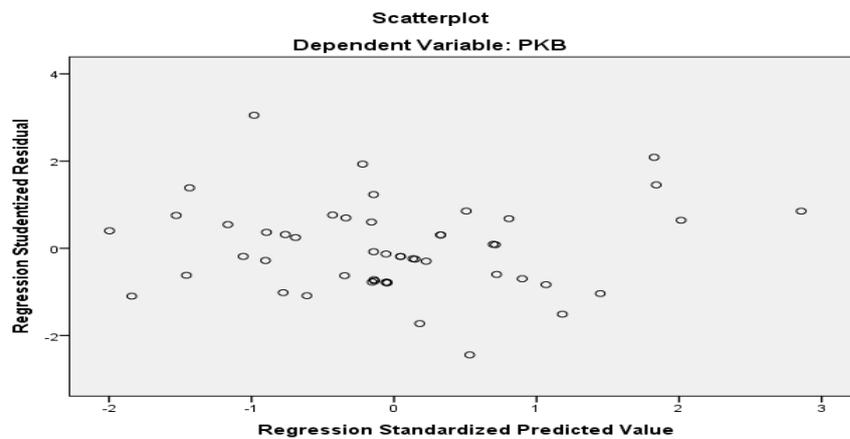
Pada pengujian yang ada diatas, dinyatakan bahwa uji Kolmogorov-smirnov penelitian ini mendapatkan nilai sig sebesar 0,200 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05, hasil tersebut menunjukkan bahwa data tersebut memiliki distribusi yang normal.

#### b. Uji multikolinearitas

<b>Variabel</b>	<b>Signifikan</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
<b>Tingkat Pendapatan Bulanan</b>	0.003	0.885	1.130
<b>Hubungan Teman Sebaya</b>	0.414	0.915	1.093
<b>Trend</b>	0.138	0.831	1.203

Dari tabel atas hasil uji multikolinearitas yang dilihat dari nilai tolerance dan VIF pada setiap variabel penelitian. Sebuah penelitian dikatan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas ketika nilai tolerance diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10,00. Pada ketiga variabel nilai tolerance sebesar diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10,00. Hal ini menunjukkan bahwa dari data penelitian tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen dan variabel dependen.

c. Uji heteroskedastisitas



Dari gambar dapat dilihat bahwa data menyebar diatas dan dibawah angka nol dengan data tersebut dapat dikatakan bahwasnya dalam penelitian yang dilakukan di kampus UIN SUKA Yogyakarta tidak terjadi heterokedasitas.

**Uji Parisial (Uji t) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta**

Variabel	T	Signifikansi
<b>Tingkat Pendapatan Bulanan</b>	3.538	0.001
<b>Hubungan Teman Sebaya</b>	-.360	0.719
<b>Trend</b>	1.884	0.063

Dari uji hipotesisi diatas maka dapatkan :

- a. Uji hipotesis 1 (H1) berdasarkan dari tabel yang terdapat diatas variabel tingkat pendapatan bulanan memiliki nilai sig 0,001 atau kurang dari 0,05 dan nilai koefisien regresi 3,538. Maka dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 (H1) diterima.

- b. Uji hipotesis 2 (H2) berdasarkan dari tabel yang terdapat diatas variabel hubungan teman sebaya memiliki nilai signifikansi 0,719 atau lebih dari 0,05 dan nilai koefisien regresi -.360. Maka dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel hubungan teman sebaya tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 2 (H2) ditolak.
- c. Uji hipotesis 3 (H3) berdasarkan dari tabel yang terdapat diatas variabel sosialisasi memiliki nilai sig 0,063 atau lebih dari 0,05 dan nilai koefisien regresi 1.884. Maka dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel trend tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 3 (H3) ditolak

#### Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
<b>Regression</b>	60.735	3	20.245	8.875	.000 <sup>b</sup>
<b>Residual</b>	218.975	96	2.281		
<b>Total</b>	279.710	99			

Berdasarkan dari tabel uji F diatas, hasil dari nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut dibawah dari 0,05, hal tersebut berarti variabel tingkat pendapatan bulanan, hubungan teman sebaya dan trend secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta.

#### Uji Determinasi (R2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the
---	----------	-------------------	-------------------

<b>Estimate</b>			
<b>.466<sup>a</sup></b>	.217	.193	1.510

Dari tabel diatas maka diperoleh nilai R sebesar 0,217. Angka tersebut dapat menjelaskan bahwa sebanyak 0,217 atau 21,7% menunjukkan bahwa perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel tingkat pendapatan bulanna, hubungan teman sebaya dan trend, sedangkan sisanya sebesar 78,3% dijelaskan oleh faktor yang lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

## **PEMBAHASAN**

Pengaruh tingkat pendapatan bulanan terhadap perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta, berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi 0.001 kurang dari 0.05 dan nilai koefisien regresi 3,538. Variabel dikatakan signifikan jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 (Sugiyono, 2016). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pendapatan bulanan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta.

Pengaruh hubungan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta, berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi 0.719 lebih dari 0.05 dan nilai koefisien regresi -.360. Variabel dikatakan signifikan jika dilai signifikansi kurang dari 0.05 (Sugiyono, 2016). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel hubungan teman sebaya tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta.

Pengaruh hubungan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta, berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi 0,063

lebih dari 0.05 dan nilai koefisien regresi 1.884. Variabel dikatakan signifikan jika dilai signifikansi kurang dari 0.05 (Sugiyono, 2016). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel trend tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta.

Dari hasil uji F di dapat nilai signifikansi 0,000 maka jika nilai signifikansi uji F kurang dari 0,005 dapat dikatakan seluruh variabel penelitian secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi busana pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta (sugiyono, 2016). Sedangkan pada uji  $R^2$  menunjukkan bahwasanya nilai  $R^2$  atau determinasi sebesar 21.7% hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi busana di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta di pengaruhi oleh tingkat pendapatan bulanan, hubungan teman sebaya dan trend sedangkan sisanya sebesar 78.3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Hasil penelitian ini di dukung dengan wawancara yang dilakukan peneliti kepada responden pada objek penelitian yang mendukung hasil penelitian bahwasanya trend memang sesuatu yang sering atau marak di perbincangkan oleh mahasiswa saat akan melakukan konsumsi busana akan tetapi hal tersebut tidak diikuti oleh semua mahasiswa hanya beberapa saja yang mengikuti trend dalam melakukan konsumsi busana hal ini dikarenakan dua alasan pertama karena trend adalah sesuatu yang pergerakannya cepat dan tidak ada habisnya karena selalu ada produk yang baru terus menerus dalam jangka waktu yang tidak begitu lama dan kedua menurut hasil wawancara juga mengatakan bahwasannya apa yang sedang trend tidak selalu sesuai dengan selera mahasiswa yang ada di UIN SUKA Yogyakarta dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selain trend dari hasil wawancara ini juga membahas mengenai hubungan teman sebaya yang dari mengatakan bahwasanya teman sebaya terkadang mempengaruhi akan konsumsi busana namun, hal tersebut tidak begitu mempengaruhi karena menurut narasumber ada hal lain yang dipertimbangkan sebelum melakukan konsumsi akan busana bukan hanya sekedar pengaruh dari teman sebaya, hal lain tersebut seperti melihat lagi barang yang akan di konsumsi

penting dan dibutuhkan atau tidak, juga memikirkan uang yang ada apakah cukup atau tidak untuk mengkonsumsi busana tersebut.

Wawancara cara juga membahas bagaimana perilaku responden dalam mengkonsumsi busana yang seharusnya dalam perspektif ekonomi Islam. Narasumber yang berasal dari kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta mengatakan bahwa narasumber mengetahui bagaimana berperilaku konsumsi dalam islam yaitu tidaklah boleh berlebihan, tidak boleh berboros-borosan dan tidak untuk riya atau pamer akan busana yang dipakai, akan tetapi harus sesuai kebutuhan dan melihat kemaslahatan saat akan membeli produk busana. Narasumber juga menerangkan bahwa ketika akan membeli produk busana narasumber berfikir lagi apakah barang yang digunakan dibutuhkan atau hanya sekedar keinginan semata dan juga dalam membeli produk yang akan narasumber juga melihat apakah barang yang akan di beli memiliki nilai guna atau tidak.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh tingkat pendapatan bulanan, hubungan teman sebaya dan trend terhadap perilaku konsumsi busana dalam perspektif ekonomi islam pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UIN SUKA Yogyakarta maka dapat disimpulkan bahwasanya variabel tingkat pendapatan bulanan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi busana, yang menginterpretasikan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang maka konsumsi akan busana akan semakin tinggi. Variabel hubungan teman sebaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi busana, yang menginterpretasikan bahwa semakin tinggi hubungan teman sebaya maka belum tentu diiringin dengan semakin tinggi konsumsi akan busana. Variabel trend tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi busana, yang menginterpretasikan bahwa semakin tinggi trend maka belum tentu diiringin dengan semakin tinggi konsumsi akan busana. Sedangkan secara simultan variabel tingkat pendapatn bulanna, hubungan teman sebaya dan trend secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumsi busana.

Saran untuk penelitian selanjutnya yang pertama yaitu diharapkan dapat meneliti variabel independen ataupun dependen dengan indikator lain atau dengan objek yang berbeda dan lebih dapat menggambarkan pengaruh yang lebih besar tentang perilaku konsumsi busana. Kedua, saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan lebih representatif dalam menentukan kualifikasi sampel penelitian dan lebih banyak menambah sampel di semua fakultas apabila penelitian

dilakukan di wilayah kampus dan lebih. Ketiga, saran untuk penelitian selanjutnya lebih memperluas dalam referensi buku untuk memudahkan referensi penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, R., & Moningga, C. (2012). *Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awa*.
- Hendrastomo, G & Styaningtias, E. R. (2016). *Rias Alis Sebagai Trend Kecantikan*.
- Asmita, D. (2019). *Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi Fis Unp)*.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Dewi, S. T., & Minza, W. M. (2018). *Strategi Mempertahankan Hubungan Pertemanan Lawan Jenis Pada Dewasa Muda*. Gadjah Mada Journal Of Psychology(Gamajop), 2(3), 192.
- Dikria, O. (2016). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*.
- Faidah, N., Harti, H., & Subroto, W. T. (2018). *Pengaruh Pengalaman Ekonomi, Kontrol Diri Serta Pendapatan Siswa Terhadap Perilaku Ekonomi Siswa Sma Di Kecamatan Pasir Belengkong Kabupaten Paser*. Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan.
- Hasanah, N., & Kumalasari, D. (2015). *Penggunaan Handphone Dan Hubungan Teman Pada Perilaku Sosial Siswa Smp Muhammadiyah Luwuk Sulawesi Tengah*. Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan Ips, 2(1), 55–70.
- Ilyas, R. (2016). *Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 21.
- Indi. (2015). *Hadis Ekonomi-Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Indrianawati, E., & Soesatyo, Y. (2017). *Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya*. Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan, 3(2), 214.
- Kotler, P. (1987). *Marketing*. Jakarta: Erlangga.

- Martono, N. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moestopo, U. D. (2019). Petanda: *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*. 01(02), 12.
- Nasution, A. H. (2017). *Konsumsi Dalam Ekonomi Islam*. Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan KeIslaman, 5(2), 1.
- Nazzaruddin, I., dan Basuki, A. T. (2015). *Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Danisa Media.
- Perdana, P. I., Mujiasih, E., Psi, S., & Si, M. (2017). *Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswi Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro*. 6, 14.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, N. (2017). *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Dengan Perilaku Melanggar Peraturan Etika Berbusana Mahasiswa Pendidikan Ips Fis Uny*. 13.
- Sarjono, H., dan Julianita, Winda. (2011). *ISPSS vs LISREL*. Jakarta: Selemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA.

# PENGESAHAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM

## FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SYARIF ACAD SEL MSL  
NIK : 1980123012010010000

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa:

Nama : KINJARIYAH  
NPM : 20160730044  
Fakultas : AGAMA ISLAM  
Program Studi : EXKONOMI SYARIAH

Judul Naskah Ringkas : PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN RULAWAN  
PUNJARAN YEMBAH GEBAYA DAN TENDAH TERHADAP  
PERILAKU KONSUMSI BUNYAWA DALAM PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS MAHKAMAH WATY DAN  
WATY UJEN YOGYAKARTA

Hasil Tes Terevisi\* : 158

Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk keperluan syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 27 SEPTEMBER 2019

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Fahriyah Gunth



Dosen Pembimbing Skripsi,



SYARIF ACAD SEL MSL

\*Wajib menyertakan Hasil tes Terevisi untuk naskah publikasi.