

**PENGARUH UANG SAKU DAN LINGKUNGAN SOSIAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI SANTRI PUTRI ASRAMA B
PONDOK PESANTREN SUNAN KALIJOGO JABUNG**

SKRIPSI



**Disusun Oleh:
Eniyatul Mas'Ula
NIM: 20191930729002**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO
MALANG
2023**

**PENGARUH UANG SAKU DAN LINGKUNGAN SOSIAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI SANTRI PUTRI ASRAMA B
PONDOK PESANTREN SUNAN KALIJOGO JABUNG**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :
Eniyatul Mas'Ula
20191930729002

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO
MALANG
2023**

**PENGARUH UANG SAKU DAN LINGKUNGAN SOSIAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI SANTRI PUTRI ASRAMA B
PONDOK PESANTREN SUNAN KALIJOGO JABUNG**

**Disusun oleh:
Eniyatul Mas'Ula
NIM: 20191930729003**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi
Malang, 25 Juli 2023

Pembimbing 1

Pembimbing 2

MEYLA NUR VITA SARI, M. Ak

NIDN: 2115058909

LAILATUL ISTIQOMAH, S.E.I, M.E

NIDN: 2125109101

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah

**LAILATUL ISTIQOMAH, S.E.I, M.E
NIDN: 2125109101**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**Pengaruh Uang Saku Dan Lingkungan Sosial
Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Putri Asrama B
Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung**

Disusun oleh:
Eniyatul Mas'Ula
20191930729002

Telah diuji serta dapat dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana
Pada Hari Selasa Tanggal 25 Juli 2023

DEWAN PENGUJI

Penguji 1

Penguji 2

SRI MULYANI, S. E., M. E

NIDN: 2106098503

GATUT SETIADI, S. Pd., M. Pd

NIDN: 2113127902

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

SRI MULYANI, S. E., M. E

NIDN: 2106098503

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Enyatul Mas'Ula
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
NIM : 20191930729002

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proposal skripsi yang berjudul:

**“Pengaruh Uang Saku dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku
Konsumsi Santri Putri Asrama B Pondok Pesantren Sunan Kalijogo
Jabung”**

adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan termasuk karya saya dalam skripsi tersebut telah diberi tanda sitasi dan dituliskan pada daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran (plagiasi di atas nilai yang ditetapkan) atas karya skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh dari skripsi tersebut.

Malang, 25 Juli 2023
Yang membuat pernyataan

Materai
10.000

Eniyatul Mas'Ula
NIM. 20191930729002

MOTTO

“Niatkan Ibadah Pada Setiap Kegiatan, Karena Ibadah Bernilai Pahala”

”إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا”

ABSTRAK

Mas'Ula, Eniyatul . 2023. **Pengaruh Uang Saku Dan Lingkungan Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung**. Sempro, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
Pembimbing (I) Meyla Nur Vita Sari, M.Ak Pembimbing (II) Gatut Setiadi., S.Pd., M.Pd

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari uang saku dan lingkungan terhadap perilaku konsumsi santri sunan kalijogo. Instrumen dalam penelitian ini uang saku, lingkungan dan perilaku konsumsi. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah santri sunan kalijogo jabung putri asrama B, dengan jumlah sampel sebanyak 83 sampel. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas. Metode analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hipotesis yang digunakan hipotesis uji t dan uji f. Hasil dari peneliti menyatakan bahwa uang saku (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) dimana nilai t- hitung > t-tabel yaitu sebesar 5,561 > 1,664. Variabel lingkungan sosial (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) dimana t-hitung > t-tabel yaitu sebesar 9,122 > 1,664. Sedangkan secara bersama-sama (simultan) variabel uang saku dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi, terlihat dari nilai F-hitung > F-tabel yaitu sebesar 355,129 > 2,37, dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil dari uji koefisien determinasi diperoleh variabel uang saku dan lingkungan sosial sebesar 89,9% dan sisanya 10,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Uang Saku, Lingkungan, dan Perilaku Konsumsi

ABSTRACT

Mas'Ula, Eniyatul. 2023. The Influence of Pocket Money and the Environment on the Consumption Behavior of Santri Islamic Boarding School Sunan Kalijogo Jabung. Sempro, Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Islamic Institute of Sunan Kalijogo Malang. Supervisor (I) Meyla Nur Vita Sari., S.E, M.Ak Supervisor (II) Gatut Setiadi., S.Pd., M.Pd

The purpose of this study was to determine whether there is an influence from pocket money and the environment on the consumption behavior of Sunan Kalijogo students. The instruments in this study are pocket money, the environment and consumption behavior. This study uses quantitative research. The population in this study were Sunan Kalijogo jabung female students in dormitory B, with a total sample of 83 samples. Methods of data collection using a questionnaire. The test equipment used in this study is the validity test, reliability test. The analytical method uses multiple linear regression analysis. The hypothesis used is the t-test hypothesis and f test. Based on the test results, the researchers stated that pocket money (X1) has a significant effect on consumption behavior (Y) where the t-count > t-table is 5, 561 > 1,664. The social environment variable (X2) has a significant effect on consumption behavior (Y) where t-count > t-table is 9,122 > 1, 664 . Meanwhile, simultaneously the pocket money and social environment variables influence consumption behavior, as seen from the F-count > F-table, which is 355, 129 > 2, 37, with a significance value of 0.000 < 0.05. The results of the test of the coefficient of determination obtained pocket money and social environment variables of 89.9% and the remaining 10.9% were influenced by other variables not examined.

Keywords: Pocket Money, Social Environment, and Consumption Behavior

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T, atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan, sehingga dengan segala upaya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **Pengaruh Uang Saku Dan Lingkungan Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Putri Asrama B Pondok Pesatren Sunan Kalijogo Jabung**. Penelitian skripsi ini mendasarkan pada perilaku konsumsi santri. Proposal Skripsi ini merupakan karya ilmiah yang disusun dalam upaya untuk menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

Berkat rahmat dan karunia Allah SWT, serta bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada yang terhormat:

1. Bapak KH. Ali Muzaki Nur Salim selaku ketua yayasan Sunan Kalijogo Malang
2. Bapak H. Mohammmad Yusuf Wijaya., Lc, M.M, P.hD selaku rektor Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
3. Bapak Dr. M.Sholihun., S.Pd.I, M.M selaku wakil rektor bidang akademik Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
4. Ibu Sri Mulyani., S.E, M.E selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Ibu Lailatul Istiqomah, S.E.I, M.E selaku Kaprodi Ekonomi Syariah
6. Dosen dan Staf Civitas Akademika IAI Sunan Kalijogo Malang
7. Ibu Meyla Nur Vita Sari atas bantuan dan kesedian serta saran-saran yang diberikan kepada penulis dalam ujian skripsi.
8. Kedua orang tua saya Bpk Sukaini Ibu Roikahthul Janah yang sangat saya cintai dan yang telah membesarkan dan membimbing saya, serta selalu mendoakan untuk kesuksesan saya.

9. Kakak laki- lakiku Muhammad Nur Hudin beserta istrinya Qurrotul Fitriah dan kakak perempuanku Silfiya Agustina, S. Sos tercinta yang telah memberikan dukungan serta semangat, motivasi, do'a kepada penulis.
10. Santri Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung Asrama B yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam penelitian saya.
11. Sahabat-sahabatku yang Namanya tidak bisa penulis sebut satu persatu tetapi yang pasti sahabat sahabatku adalah penghuni grup WA seblak jeletot, ukhtea-ukhtea, dan Tambal Ban Madinah, terimakasih kalian telah membantu dan selalu memberikan semangat serta memberi dorongan kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.

Malang, 25 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	III
LEMBAR PENGESAHAN.....	IV
PERNYATAAN.....	V
MOTTO.....	VI
ABSTRAK.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR TABEL.....	XVI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Uang Saku.....	6
2.1.1 Pengertian Uang Saku.....	6
2.1.2 Pengelolaan Uang saku.....	7
2.1.3 Jenis-Jenis Uang.....	8
2.1.4 Prinsip-Prinsip Uang Saku.....	9
2.1.5 Elemen-Element Mendapatkan Uang.....	10
2.1.6 Tujuan Pemberian Uang Saku.....	11
2.1.7 Uang Saku dan Uang Jajan.....	12
2.2 Lingkungan Sosial.....	13
2.2.1 Pengertian Lingkungan.....	13
2.2.2 Lingkungan Sosial.....	13

2.2.3 Jenis Lingkungan Sosial	14
2.3 Perilaku Konsumsi.....	15
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumsi.....	15
2.3.2 Faktor Faktor Perilaku Konsumsi.....	16
2.3.4 Perilaku Konsumsi Dalam Islam.....	19
2.3.5 Dasar Hukum Perilaku Konsumsi Islam.....	21
2.3.6 Etika Islam Dalam Hal Konsumsi	23
2.4 Pondok Pesantren.....	26
2.4.1 Pengertian Pondok Pesantren.....	26
2.4.2 Tujuan Pondok Pesantren.....	29
2.3 Penelitian Terdahulu.....	30
2.4 Penjelasan Variabel Dan Indikator	34
2.5 Kerangka Konseptual	38
2.6 Hipotesis... ..	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Pendektan dan Jenis Penelitian.....	42
3.2 Tahapan Penelitian.....	42
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	43
3.3.1 Waktu Penelitian	43
3.3.2 Lokasi Penelitian	43
3.4 Popuasi Dan Sampel	43
3.4.1 Populasi.....	43
3.4.2 Sampel.....	44
3.5 Sumber Data Dan Jenis Data.....	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.7 Instrument Penelitian	46
3.8 Kisi – Kisi Intrumen Penelitian.....	46
3.9 Teknik Analisis Data	47
3.9.1 Uji Validitas.....	47
3.9.2 Uji Reabilitas	48
3.9.3 Uji Regresi Linier Berganda	48
3.9.4 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.9.7 Uji T Atau Parsial.....	50
3.9.6 Uji F Atau Uji Simultan	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum	52
4.1.1 Sejarah Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung.....	52
4.1.2 Profil Responden	54
4.2 Hasil Penelitian	55
1. Hasil Uji Validitas.....	55
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	58
3. Uji Asumsi Klasik	60
1. Uji Normalitas.....	60
2. Uji Multikolinieritas	62
3. Uji Heterokedastisitas.....	62
4. Hasil Uji Autokorelasi.....	63
4. Pengujian Hipotesis	65
1. Uji t (Uji Parsial)	65
2. Uji F (Uji Signifikan Simultan)	66
3. Koefisien Determinasi (R ²)	67
4.2 Pembahasan	68
4.2.1 Pengaruh Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Sunan KaliJogo Jabung	68
4.2.2 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Sunan KaliJogo Jabung.....	71
4.2.3 Pengaruh Uang Saku dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Sunan KaliJogo Jabung.....	73
BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 kerangka konseptual.....	38
--------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 penelitian terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 jumlah santri	43
Tabel 3. 2 instrumen penelitian	46
Tabel 3. 3 kisi-kisi kuesioner.....	46
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	54
Tabel 4. 2 Profil responden berdasarkan uang saku yang diterima.....	55
Tabel 4. 3 Hasil uji validitas uang saku (x1).....	56
Tabel 4. 4 Hasil uji validitas lingkungan social (x2).....	57
Tabel 4. 5 Hasil uji validitas perilaku konsumsi (y).....	57
Tabel 4. 6 Hasil uji reliabilitas uang saku (x1)	58
Tabel 4. 7 Hasil uji reliabilitas lingkungan sosial (x2)	59
Tabel 4. 8 Hasil uji reliabilitas perilaku konsumsi (y)	59
Tabel 4. 9 Hasil uji normalitas.....	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4. 11 hasil uji Autokorelasi.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4. 13 hasil uji T	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	67
Tabel 4. 15 Hasil uji determinasi	68

Daftar lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	87
Lampiran 3 Dokumentasi Pengisian Kuesioner Oleh Responden.....	88
Lampiran 4 Hajil Uji Statistik.....	89

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Masyarakat menjadi lebih konsumtif pada saat ini dikarenakan banyaknya kebutuhan yang harus di penuhi dan mudahnya kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi ini di permudah dengan muncul banyaknya pusat perbelanjaan dikota maupun didesa. Dan dipermudah lagi dengan adanya aplikasi belanja online yang dapat dilakukan dari rumah sehingga mempermudah masyarakat dalam mendistribusikan pendapatannya. Biasanya situs online tidak hanya menyediakan fitur belanja barang, pakaian, kebutuhan rumah dan sehari hari, namun juga menyediakan fitur *onlinefood* yang mempermudah dan meringankan beban masyarakat. Masyarakat tidak perlu datang ke tempat, hanya tinggal membuka aplikasi memilih yang di inginkan dan menyelesaikan pembayaran barang akan segera diantar kerumah konsumen.

Masyarakat luas telah merasakan perubahan zaman yang modern mempengaruhi perilaku konsumsi mereka. Masyarakat luas telah merasakan khususnya kepada para santri. Sehingga membuat semakin beragam kebutuhan yang harus dipenuhi santri. Kebutuhan santri tidak hanya untuk konsumsi makan ringan atau kebutuhan sehari hari melainkan juga kebutuhan membayar uang kas kamar, iuran pembenahan yang dilakukan tiba-tiba dan masih banyak lagi. Perilaku konsumsi masyarakat saat ini di dasarkan pada pendapatan mereka. Semakin banyak pendapatan masyarakat maka akan semakin banyak konsumsi yang dilakukan sebaliknya jika pendapatan mereka rendah maka tidak akan memperbanyak konsumsi.

Dalam ekonomi konvensional perilaku konsumsi merupakan kegiatan seseorang dalam suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan barang & jasa, termasuk keputusan mendahului dan menyusuli tindakan ini. Setiap konsumen berusaha mengalokasikan penghasilan yang terbatas jumlahnya untuk membeli produk yang ada sehingga tingkat kepuasan yang diperoleh maksimum.¹ Sedangkan perilaku konsumsi Islam berdasarkan tuntunan Al-Qur'an dan Hadits perlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang mengintegrasikan keyakinan kepada kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas ini.²

Lingkungan santri Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung merupakan lingkungan yang memiliki nilai-nilai agama dan pendidikan, karena pondok pesantren sunan kalijogo merupakan Yayasan Pendidikan yang berbasis pondok pesantren. Lingkungan yang ada dipondok pesantren berbeda dengan lingkungan yang ada di rumah. Dimana setiap kegiatan dan tingkah laku santri harus sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan dipondok pesantren. Dengan lingkungan yang memiliki nilai-nilai agama dan Pendidikan, diharapkan santri dapat mengontrol perilaku mereka dalam mengonsumsi barang dan jasa.

Perilaku konsumsi santri dapat dipengaruhi oleh lingkungan pesantren santri. Lingkungan merupakan segala sesuatu yang ada di sekitar manusia yang mempengaruhi perkembangan manusia baik secara langsung maupun tidak. Lingkungan juga merupakan tempat para manusia untuk berinteraksi maupun melakukan kegiatan ekonomi. Lingkungan pesantren santri memiliki perbedaan dengan lingkungan yang berada di rumah santri. Lingkungan santri memiliki aturan kedisiplinan tersendiri, karena para santri dituntut untuk hidup disiplin, taat agama

¹ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam," *Dinar 2*, no. Januari (2015): 18.

² Ibid.

dan mandiri. Karena lingkungan pesantren yang berbeda maka para santri harus bisa beradaptasi dan terbiasa dengan lingkungan pesantren.

Tidak hanya lingkungan pesantren yang mempengaruhi perilaku konsumsi santri namun juga ada faktor lain yaitu uang saku santri yang diperoleh dari orang tua. Para santri biasanya mendapatkan uang saku rutin dari orang tua. Uang saku yang diberikan orang tua mereka kelola sendiri dalam pendistribusiannya. Uang saku merupakan sejumlah uang yang diberikan oleh orang tua untuk memenuhi kebutuhannya.³

Seperti halnya yang terjadi pada santri Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung. Santri Sunan Kalijogo Jabung mendapatkan uang saku dari orang tua atau walinya, dengan rentang waktu satu minggu atau dua minggu, dan juga satu bulan sekali. Para santri biasanya mendapatkan uang saku saat kunjungan hari minggu maupun melalui transfer. Dengan rata-rata santri menerima uang saku dari orang tua atau wali sebesar Rp. 50.000 – Rp. 100.000 untuk rentang waktu satu minggu. Dengan uang saku yang diberikan oleh orang tua atau wali kepada santri maka santri perlu pengalokasian dan pendistribusian uang saku dengan tepat. Uang saku diberikan kepada santri untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti membeli makanan dan minuman, ataupun untuk kebutuhan yang mendesak seperti mencetak tugas sekolah.

Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung merupakan pondok pesantren salafiyah yang sudah berdiri sejak lama. Pondok pesantren sunan kalijogo jabung memiliki tiga asrama untuk santri putra dan putri. Untuk santri putra ada 1 asrama yaitu asrama “A” dan untuk santri putri ada dua asrama yaitu asrama “Adan D”. Pondok Pesantren Sunan Kalijo Jabung memiliki jumlah santri yang menetap dipondok sejumlah 1.026 santri putra maupun putri. Santri putra asrama “A”

³ Nailatul Hidayah and Prasetyo Ari Bowo, “Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif,” *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 3 (2019): 1025–1039.

berjumlah 450 santri dan santri putri asrama “B” berjumlah 506 santri, sedangkan jumlah santri asrama “D” berjumlah 70 santri. Pondok Pesantren Sunan Kalijogo terletak di Jl. Keramat (Jl. Kyai Nur Salim) Sukolilo, Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Pengasuh dari pondok pesantren sunan kalijogo adalah KH. Ali Muzaki.

Konsumsi yang terjadi di santri putri asrama “B” yang terjadi terbilang sangat tinggi, karena dilihat dari konsumsi barang dan makanan dikantin pondok pesantren. Santri putri asrama “B” melakukan konsumsi dikantin yang menyediakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan berat, cemilan, aksesoris, alat mandi, alat sekolah, dan juga beberapa produk *fashion*. Kantin pondok pesantren dalam sehari mendapatkan pendapatan kurang lebih sejumlah Rp. 800,000 dalam sehari. Pendapatan tersebut diperoleh dengan tiga kali buka kantin, dengan waktu satu jam dalam satu kali buka. Namun santri putri asrama “B” tidak hanya melakukan konsumsi di kantin asrama saja, para santri juga melakukan konsumsi di lingkungan sekolah mereka serta juga melakukan konsumsi pada aplikasi *onlineshop*.

Dari paparan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Uang Saku Dan Lingkungan Terhadap Perilaku Konsumsi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat dibuat rumusan masalah sebai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh uang saku terhadap perilaku konsumsi santri putri asram “B”Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung ?
2. Apakah terdapat pengaruh lingkungan terhadap prilaku konsumsi santri putri asrama “B”Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung ?
3. Apakah terdapat pengaruh uang saku dan lingkungan terhadap perilaku konsumsi santri putri asrama “B” Sunan Kalijogo Jabung secara simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh uang saku terhadap perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan terhadap perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung
3. Untuk mengetahui pengaruh uang saku dan lingkungan terhadap perilaku konsumsi santri Sunan Kalijogo Jabung secara bersamaan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan bahan pertimbangan untuk penelitian mengenai perilaku konsumsi khususnya yang terjadi di kalangan santri Sunan Kalijogp Jabung

2. Manfaat praktis

- a. Bagi program studi ekonomi dan bisnis Islam, penelitian ini sebagai pengembangan lebih lanjut tentang perilaku konsumsi santri.
- b. Bagi penelitina selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar atau alternative uji validitas untuk mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh uang saku dan lingkungan terhadap perilaku konsumsi.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti hanya melakukan penelitian pada Santri Putri Asrama B Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung, serta populasi dan sampel juga diambil dari santri putri Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung. Dengan membahas bagaimana pengaruh dari uang saku dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Uang Saku

2.1.1 Pengertian Uang Saku

Uang secara umum berfungsi sebagai alat pembayaran untuk barang atau jasa, dan juga sebagai sarana untuk melunasi hutang di suatu wilayah tertentu yang diterima secara luas. Uang saku merupakan pendapatan yang diperoleh oleh santri dari orangtua atau wali mereka. Dana ini bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan harian, mingguan, ataupun bulanan para santri. Selain itu, pemberian uang saku juga bertujuan untuk mengembangkan rasa tanggung jawab pada mereka. Uang saku juga berperan sebagai media pembelajaran bagi remaja atau santri untuk mengelola keuangan mereka secara tepat dan benar, karena mereka menerima uang ini secara rutin, baik harian, mingguan, ataupun bulanan, sehingga memungkinkan mereka membayar hal-hal yang penting dalam kehidupan mereka.⁴

Uang saku merupakan pendapatan individu yang berasal dari orang tua, dan dana ini berpengaruh terhadap pola konsumsi mereka sehari-hari atau dalam periode tertentu. Pemberian uang saku kepada anak merupakan bagian dari alokasi pendapatan keluarga untuk kebutuhan harian, mingguan, atau bulanan, termasuk untuk keperluan jajan dan berbagai kebutuhan lainnya seperti alat tulis, menabung, makanan, minuman, dan sebagainya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa uang saku adalah jumlah uang yang diterima oleh individu secara berkala dan bersumber dari keluarga, beasiswa, atau pendapatan hasil pekerjaan atau usaha.⁵

⁴ Noni Rozaini, "Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2018," *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen* 6, no. 2 (2020): 1-8.

⁵ Yola Armelia and Agus Irianto, "Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Ecogen* 4, no. 3 (2021): 418.

Uang saku merupakan pendapatan yang diperoleh oleh anak dari orang tua, yang memiliki potensi mempengaruhi pola konsumsi individu. Bagi santri, uang saku adalah sumbangan yang diberikan oleh orang tua, wali, atau melalui beasiswa. Selain sebagai bentuk pembelajaran tanggung jawab dalam mengelola uang yang diterima, uang saku tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jadi, uang saku dapat berupa pemberian dari orang tua kepada anaknya atau berasal dari beasiswa, yang memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan dan mempengaruhi pola konsumsi.⁶

Uang saku memiliki keterkaitan erat dengan pola konsumsi. Santri yang menerima jumlah uang saku yang mencukupi setiap minggu atau bulannya cenderung memiliki tingkat konsumsi yang tinggi. Selain digunakan untuk membeli kebutuhan sehari-hari, mereka juga memenuhi keinginan seperti pembelian pakaian, aksesoris, atau barang-barang yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan temuan dari Fauzziyah dan Widiyawati (sebagaimana disebutkan dalam Rismayanti dan Oktapiani). Secara umum, semakin besar uang saku yang diterima oleh santri, maka semakin besar pula perilaku konsumsinya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan.⁷

2.1.2 Pengelolaan Uang saku

Didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) uang saku adalah uang yang dibawa untuk keperluan sewaktu-waktu. Uang saku merupakan salah satu hal yang mendukung dan membantu mencukupi kebutuhan pelajar, yang diperoleh dari orang tua, bantuan atau beasiswa, dan bekerja.⁸

⁶ Riza Mega Iryani And Rudi Suryo Kristanto, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng)," *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 10, No. 2 (2022): 191–202.

⁷ Rismayanti and Oktapiani, "Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa" 02, no. 2019 (2020): 31–37.

⁸ Rismayanti and Oktapiani, "Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa."

Menurut Indrianawati Entika (sebagaimana dijelaskan dalam Noni Rozani), faktor-faktor yang menjadi penentu dalam uang saku adalah sebagai berikut:

a) Literasi keuangan/Pemanfaatan uang saku

Literasi keuangan mencakup keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan individu untuk membuat keputusan yang bijaksana dalam mengelola sumber daya keuangan yang dimiliki.

b) Pemberian dari orangtua

Uang saku yang diberikan oleh orangtua kepada santri dalam periode tertentu, dengan harapan bahwa mereka akan mengelolanya dengan baik sehingga mencukupi untuk memenuhi kebutuhan sampai jangka waktu yang telah ditentukan oleh orangtua.

c) Penghasilan Atau Pendapatan sendiri

Penghasilan sendiri adalah tambahan finansial yang diperoleh melalui pekerjaan atau bantuan kepada orang lain, dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan individu. Pendapatan ini seringkali digunakan untuk konsumsi karena perubahan dalam gaya hidup.

Manajemen pengelolaan uang saku adalah proses alokasi pendapatan berupa dana yang diterima oleh santri dari orangtua, yang kemudian digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka setiap harinya, mingguan, atau bulanan. Uang saku ini berperan sebagai media pembelajaran tanggung jawab bagi para santri..⁹

2.1.3 Jenis-Jenis Uang

1) Uang Logam merupakan berbagai macam logam yang digunakan sebagai alat pembayaran, termasuk emas, perak, dan perunggu.

⁹ Noni Rozaini, "Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2018."

2) Uang Kertas adalah bentuk uang yang terbuat dari kertas, biasanya memiliki gambar dan cap khusus, dan diakui sebagai alat pembayaran yang sah..¹⁰

2.1.4 Prinsip-Prinsip Uang Saku

1) Berjanjilah Kepada Anak Anda

Sampaikan penjelasan kepada anak mengenai uang saku yang mereka terima, bahwa hal tersebut adalah sejumlah uang yang akan diberikan secara rutin dalam rentang waktu harian atau mingguan, sehingga mereka dapat menggunakannya untuk membeli atau membayar hal-hal penting bagi mereka. Sebelum menerapkan sistem uang saku ini, berikan janji kepada anak bahwa mereka akan menerima sejumlah uang pada waktu yang ditentukan, misalnya setiap hari tertentu atau setiap minggu, dengan jumlah yang dianggap wajar oleh orang tua.

2) Minta Anak Berjanji Kepada Anda

Sebelum anak menerima uang saku, disarankan agar mereka berjanji dua hal. Pertama, mereka akan menyisihkan sebagian dari uang saku tersebut untuk ditabung. Kedua, sisa uang yang telah diberikan akan digunakan untuk keperluan pribadi, dan anak diharapkan tidak akan mengeluh atau meminta uang sebelum waktu yang telah ditentukan, terutama ketika uang saku mereka hampir habis atau habis.

3) Bersikap Konsisten dan Tegas

Setelah mulai memberikan anak uang saku, penting untuk konsisten dalam memberikan jumlah uang yang telah dijanjikan dan disepakati sebelumnya. Jika anak menghabiskan uang saku tersebut dengan cepat, beritahu atau jelaskan kepadanya bahwa ia harus menunggu hingga hari berikutnya yang telah ditetapkan untuk menerima uang saku kembali.

¹⁰ Jimmy Hasoloan, *Ekonomi Moneter*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2014), h. 8-11

4) Jangan Mengaitkan Uang Saku Dengan Tugas atau Prestasi/ Pencapaian.

Seorang anak sebaiknya menerima uang saku sebagai bagian dari keluarga. Hindari memberikan uang saku sebagai sogokan atau hadiah atas prestasi atau kebanggaan orang tua. Berikan uang saku dengan tujuan mengajarkan anak tanggung jawab serta mempelajari dasar-dasar pengelolaan keuangan yang baik.

5) Jadikan Tabungan Sebagai Bagian Kontrak Uang Saku

Mendidik anak tentang menabung adalah praktik yang perlu ditanamkan sejak usia dini. Ajarkan kepada anak anda untuk menabung sebesar 25% dari uang saku mereka setiap minggu dan menyimpannya di bank atau celengan..¹¹

2.1.5 Elemen-Elemen Mendapatkan Uang

Menurut Kak Seto, terdapat lima cara anak mendapatkan uang, yaitu:

1) Uang Jajan

Uang jajan adalah sejumlah uang yang diberikan oleh orang tua khusus untuk membeli makanan atau jajanan.

2) Uang Hadiah

Uang hadiah merupakan uang yang diperoleh anak dari relasi seperti paman, bibi, saudara, kakek, nenek, dan lainnya. Tradisi di Indonesia seringkali memberikan uang hadiah saat anak merayakan ulang tahun, hari besar agama, atau saat naik kelas sebagai bentuk kasih sayang.

3) Uang Pinjaman

Uang pinjaman adalah uang yang dipinjamkan oleh orang tua kepada anak untuk membeli sesuatu.

4) Uang Hasil Bekerja Di Rumah

¹¹ Paul W. Lermite, *Agar Anak Pandai Mengelola Uang*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), h.3-6

Uang hasil bekerja di rumah adalah uang yang diperoleh anak setelah membantu mengerjakan pekerjaan rumah yang ditugaskan oleh orang tua.

5) Uang Saku

Uang saku adalah sejumlah uang yang diberikan oleh orang tua pada periode tertentu. Menurut Collins Dictionary, uang saku merupakan tunjangan dalam bentuk uang yang diberikan oleh orang tua kepada anak-anak dalam jangka waktu tertentu.¹²

2.1 6. Tujuan Pemberian Uang Saku

Tujuan pemberian uang saku adalah sebagai media pembelajaran anak supaya ia dapat mengelola keuangannya sendiri dengan benar. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan uang saku:

- 1) Berikan uang saku sesuai dengan tahapan usia anak. Semakin besar usia anak semakin besar juga uang saku yang harus diberikan karena kebutuhan yang semakin banyak. Anak dengan usia lebih besar juga pasti membutuhkan lebih banyak kebutuhan sehingga ia butuh uang saku lebih banyak.
- 2) Jarak antara sekolah dan rumah mempengaruhi besaran uang saku yang diberikan. Anak yang berangkat dan pulang atau diantar jemput sekolah bersama orang tua akan memiliki jumlah uang saku yang berbeda dengan anak yang menggunakan transportasi umum dalam perjalanannya.
- 3) Kegiatan ekstrakurikuler atau keanggotaan dalam organisasi lain juga mempengaruhi kebutuhan uang saku. Anak yang mengikuti kegiatan semacam itu memerlukan uang saku lebih banyak, tidak hanya untuk makan tetapi juga untuk menghadapi kebutuhan lainnya seperti uang kas atau iuran (patungan) dalam mengadakan kegiatan lainnya.

¹² Putu M. Wijaya, Perancangan Kampanye Sosial : Belajar Kelola Uang, (Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Komunikasi Visual), h. 4.

4) Selain itu, perhatikan juga berapa jumlah uang saku yang diterima oleh teman-teman sebaya anak. Pastikan anak tidak menerima jumlah yang terlalu banyak atau terlalu sedikit. Berikan uang saku dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan mereka..¹³

2.1.7 Uang Saku dan Uang Jajan

Meskipun uang jajan dan uang saku terlihat serupa, sebenarnya keduanya memiliki perbedaan. Perbedaan utamanya terletak pada waktu pemberian. Uang jajan merupakan bagian dari uang saku, namun diberikan secara tidak teratur. Di sisi lain, uang saku umumnya diberikan pada interval waktu tertentu, seperti seminggu sekali, dua minggu sekali, atau sebulan sekali.¹⁴

Menurut Triarti dalam Mufti, penting untuk memahami bahwa uang saku tidak seharusnya disamakan dengan uang jajan. Pemberian uang saku kepada anak memiliki tujuan bukan untuk keperluan jajan semata, tetapi lebih untuk mengajarkan mereka tentang menabung dan mengelola uang secara mandiri.

Fungsi dari pemberian uang saku juga mencakup pembelajaran tentang nilai nominal secara sederhana dan fungsi uang. Selain itu, anak harus diajarkan bahwa usaha diperlukan jika mereka ingin membeli atau mendapatkan sesuatu, dan bahwa berbelanja harus direncanakan untuk menghindari pemborosan.

Menurut psikolog Sri Triarti dalam Mufti, memberikan uang saku kepada anak sangat penting karena pendidikan tentang usaha perlu diajarkan kepada mereka agar mereka mengerti bahwa uang adalah sumber daya yang terbatas bagi semua orang.

Menurut Nathan dalam Mufti, sebaiknya anak mulai diberi uang jajan sejak usia lima tahun. Sejak saat itu, anak harus diajarkan untuk menabung dari uang jajannya dan membaginya untuk kepentingan keluarga atau kegiatan sosial. Sisa uang jajan

¹³ Dwi Mutia, Analisis Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa,.. h. 20

¹⁴ Putu M. Wijaya, Perancangan Kampanye Sosial : Belajar Kelola Uang,... h. 4

dapat digunakan anak untuk berbelanja. Nathan juga menyarankan trik khusus, yaitu membuat peraturan sebelumnya agar anak mempertimbangkan keinginan mendadak sebelum meminta sesuatu yang mereka lihat saat menemani orang tua berbelanja..¹⁵

2.2 Lingkungan Sosial

2.2.1 Pengertian Lingkungan

Lingkungan adalah segala hal yang ada di sekitar manusia dan mempengaruhi perkembangan manusia, baik secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan juga berfungsi sebagai tempat bagi manusia untuk berinteraksi dan melakukan kegiatan ekonomi.

Lingkungan merupakan unsur-unsur yang terdapat di alam dan memiliki pengaruh tertentu terhadap individu, terutama konsumen. Konsumen sebagai makhluk sosial membutuhkan interaksi dengan orang lain. Lingkungan di sekitar konsumen memiliki pengaruh terhadap minat mereka dalam membeli produk atau jasa tertentu.

Lingkungan juga mencakup segala sesuatu yang ada di sekitar manusia dan terlibat dalam aktivitas mereka. Lingkungan sosial mengacu pada interaksi sosial antara individu, yang melibatkan diskusi dan pertukaran informasi antara dua orang atau lebih. Lingkungan sosial menjadi tempat di mana interaksi manusia berlangsung..¹⁶

2.2.2 Lingkungan Sosial

Menurut Bintarto dan Surastopo (sebagaimana dijelaskan dalam M. Hartiyani), lingkungan sosial dapat didefinisikan sebagai lingkungan di mana individu

¹⁵ Windi Megayanti dan Nicky Rosady, Pengaruh Kepemilikan Handphone Terhadap Uang Saku Peserta Didik Untuk Pembelian Pulsa Paket Internet di SMKA Yamas Jakarta, Volume V No.1, 2018, h. 30-31

¹⁶ Iryani and Kristanto, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng)."

berinteraksi, yang mencakup beberapa aspek seperti sikap kemasyarakatan, sikap kejiwaan, sikap kerohanian, dan lain-lain.¹⁷

Menurut Ramadhani (sebagaimana disebutkan dalam Riza et al), lingkungan sosial dapat diartikan sebagai segala hal yang ada di sekitar manusia, termasuk lingkungan keluarga, sekolah, kampus, dan masyarakat.¹⁸

Lingkungan sosial dapat dikategorikan menjadi dua bagian, yaitu lingkungan sosial makro dan lingkungan sosial mikro. Lingkungan sosial makro mencakup interaksi sosial yang tidak langsung antara kelompok-kelompok masyarakat yang sangat besar. Sementara itu, lingkungan sosial mikro melibatkan interaksi sosial langsung antara kelompok-kelompok masyarakat yang lebih kecil, seperti keluarga dan kelompok referensi.

Kelompok-kelompok yang memiliki pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (membership group). Beberapa di antaranya merupakan kelompok primer (primary group), di mana seseorang berinteraksi dengan kelompok ini secara terus-menerus dan tidak resmi, seperti keluarga, teman, dan tetangga.¹⁹

2.2.3 Jenis Lingkungan Sosial

Menurut Dewantara (sebagaimana dijelaskan dalam Indah et al), lingkungan sosial dapat dibedakan menjadi tiga tempat, yaitu lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat. Lingkungan keluarga merupakan faktor yang pertama dan paling utama. Lingkungan sekolah adalah lingkungan pendidikan formal yang memiliki peran penting dalam mencerdaskan dan membimbing perilaku moral

¹⁷ Mintasih Indriayu & Muhammad Sabandi Hartiyani Sadu Budanti, "Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fkip UNS" (n.d.): 1-14.

¹⁸ Iryani and Kristanto, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng)."

¹⁹ Sarah, A. F. (2012). Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Skripsi Tidak Dipublikasikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

anak, serupa dengan lingkungan pondok pesantren. Lingkungan pondok pesantren adalah lingkungan formal yang berfungsi untuk memberikan pendidikan keagamaan dan membimbing perilaku anak. Lingkungan masyarakat adalah lingkungan ketiga setelah lingkungan keluarga dan lingkungan sekolah, yang memberikan pengalaman dan pelajaran bagi anak, termasuk pendidikan tentang cara menyelesaikan masalah, perilaku, dan moral.

2.3 Perilaku Konsumsi

2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumsi

Perilaku merujuk pada respon individu yang berbentuk tindakan, sikap, dan bukan hanya terbatas pada ucapan atau gerakan tubuh. Dari perspektif biologis, perilaku adalah aktivitas atau kegiatan suatu organisme yang dapat diamati secara langsung atau tidak langsung. Perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara tindakan dan pikiran, yaitu bagaimana manusia berinteraksi dengan kejadian di sekitar mereka dalam kehidupan sehari-hari. Teori perilaku konsumen menjelaskan bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan mereka untuk membeli atau mengonsumsi berbagai barang dan jasa.²⁰

Menurut Engel perilaku konsumsi adalah tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan suatu produk dan jasa.²¹

Perilaku konsumsi dapat diartikan sebagai kompleksitas respon psikologis yang muncul dalam bentuk tindakan khas secara individual yang langsung terlibat dalam upaya memperoleh, menggunakan produk, dan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian, termasuk pengeluaran uang.²²

²⁰ Maria Ulfa, "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi" (2021).

²¹ "Pengantar Ekonomi Makro (E3)."

²² risnawati, "Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh) Disusun," *Kaos GL Dergisi*, 2020.

Jadi, perilaku konsumsi lebih fokus pada tindakan konsumen dalam melakukan pembelian. Dalam konteks ini, konsumsi mencerminkan tingkah laku konsumen yang mencakup proses mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memperbaiki produk dan jasa.

Tujuan dari perilaku konsumsi adalah untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi dan mencapai tingkat kemakmuran melalui pemenuhan berbagai macam kebutuhan. Keputusan pembelian dalam konsumsi bersifat beragam, sehingga mengakibatkan beragamnya jenis-jenis konsumsi.²³

2.3.2 Faktor Faktor Perilaku Konsumsi

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Menurut Kotler dan Keller perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut ini.²⁴

1. Faktor Kebudayaan

a) Budaya

Budaya memiliki peran paling mendasar dalam membentuk keinginan dan perilaku seseorang. Nilai-nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku yang dimiliki seseorang akan terbentuk melalui pengaruh budaya yang diterima dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

b) Sub-budaya

Sub-budaya menekankan pada identifikasi dan sosialisasi khusus bagi anggotanya. Hal ini mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Ketika sub-budaya menjadi signifikan dan makmur, perusahaan sering merancang program pemasaran yang khusus untuk memenuhi kebutuhan mereka.

²³ Wahyuni, E. T. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal Akmenika Edisi Ke, 4*, 1-15.

²⁴ Kotler, P., & Keller, K. L. (2002). *Perilaku Konsumen*.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat menjadi kelompok yang relatif homogen dan permanen, dengan susunan hierarkis dan anggota kelompok memiliki nilai, minat, dan perilaku serupa.

2. Faktor Sosial

a) Kelompok Acuan

Faktor sosial yang memengaruhi perilaku seseorang terdiri dari berbagai kelompok yang memiliki pengaruh, baik langsung maupun tidak langsung, terhadap sikap dan perilaku individu. Kelompok acuan ini dapat dibagi menjadi kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja, kelompok sekunder, seperti kelompok keagamaan, profesi, dan asosiasi perdagangan. Selain itu, seseorang dapat terpengaruh oleh kelompok aspirasi dan kelompok dissosiasi.

b) Keluarga

Keluarga merupakan kelompok yang paling signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam masyarakat, dan anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Dalam kehidupan seorang pembeli, keluarga dapat dibedakan menjadi keluarga orientasi (ketika seseorang masih menjadi anggota keluarga orang tua) dan keluarga prokreasi (ketika seseorang telah membentuk keluarga sendiri).

c) Peran dan Status

Peran dan status seseorang berpengaruh pada kedudukan mereka dalam setiap kelompok. Peran mencakup tugas dan perilaku yang diharapkan dari seseorang dalam kelompok tersebut, sedangkan status adalah posisi atau kedudukan yang diperoleh seseorang berdasarkan peran yang mereka miliki.

3. Faktor Pribadi

a) Usia dan Tahap Hidup

Selama perjalanan hidup seseorang, kebutuhan dan preferensi terhadap barang dan jasa akan berubah-ubah seiring dengan usia mereka.

b) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi

Pekerjaan yang dijalani sangat mempengaruhi pola konsumsi seseorang. Para pemasar perlu mengidentifikasi kelompok konsumen yang memiliki jabatan tertentu dan minat di atas rata-rata terhadap barang dan jasa. Faktor ekonomi seperti pendapatan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga juga berpengaruh pada perilaku konsumsi.

c) Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap individu memiliki kepribadian unik yang memengaruhi perilaku mereka, mengacu pada karakteristik psikologis yang khas dan menyebabkan tanggapan yang konsisten terhadap lingkungan sekitarnya.

d) Gaya Hidup dan Nilai

Gaya hidup mencerminkan pola hidup seseorang dalam dunia ini yang tercermin dari aktivitas, minat, dan pandangan mereka terhadap berbagai hal.

4. Faktor Psikologis

a) Motivasi

Seseorang memiliki berbagai kebutuhan pada waktu tertentu, namun tidak semua kebutuhan tersebut cukup kuat untuk memotivasi tindakan pada saat itu. Motivasi timbul ketika seseorang menekankan pada kepuasan dari kebutuhan-kebutuhan tersebut.

b) Persepsi dan Perhatian Selektif

Proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi informasi yang diterima agar sesuai dengan persepsi mereka.

c) Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan tentang perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan hasil dari proses belajar yang dialami.

d) Kepercayaan

Kepercayaan berkaitan dengan pengetahuan dan kesimpulan yang dimiliki konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Objek ini bisa berupa produk, orang, perusahaan, atau apapun yang membuat seseorang memiliki kepercayaan dan sikap terhadapnya.

e) Sikap

Sikap mencakup proses pengorganisasian dari motivasi, emosi, persepsi, dan kognisi mengenai lingkungan dalam jangka panjang. Melalui tindakan dan proses belajar, manusia membentuk sikap yang memengaruhi perilaku pembelian.

2.3.4 Perilaku Konsumsi Dalam Islam

Dalam sistem perekonomian, peran konsumsi sangatlah penting karena mendorong terjadinya produksi dan distribusi. Dalam ekonomi Islam, perilaku konsumsi didasarkan pada prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas. Konsumsi mencakup pemenuhan kebutuhan, kesenangan, dan kemewahan. Meskipun kesenangan diperbolehkan, tetapi tidak boleh berlebihan, tidak melebihi batas yang dibutuhkan oleh tubuh, dan juga tidak melewati batas-batas makanan yang diharamkan sebagaimana yang tercantum dalam al-Qur'an surah al-A'raf ayat 31 :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْاۤ اَلَّا تُسْرِفُوْۤا ۗ اِنَّهٗ لَا يَحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

yang artinya : "Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan-lebihan".

Dalam kehidupan sehari-hari, konsumsi bagi umat Islam memiliki makna positif karena menjadi indikasi pelaksanaan aktivitas ibadah dan ketaatan terhadap perintah Allah swt. Seorang muslim bertujuan untuk tidak menyakiti dirinya baik di dunia maupun akhirat dengan menghindari perilaku berlebihan dalam memenuhi kebutuhan dan tidak terlalu terikat pada urusan duniawi sehingga melupakan perintah Allah swt.²⁵

Perilaku konsumsi dalam Islam mengedepankan tiga aspek, yaitu dharuriyat (kebutuhan pokok), hajjiyat (kebutuhan tambahan), dan tahsiniyat (kebutuhan yang bersifat peningkatan kualitas hidup). Hal ini berarti lebih memprioritaskan pemenuhan kebutuhan dasar daripada keinginan yang tidak terbatas. Rasionalitas perilaku konsumsi dalam Islam adalah untuk memperhatikan dan meningkatkan kemaslahatan yang didapatkan. Ini dikarenakan keyakinan akan kehidupan setelah dunia, di akhirat, sebagai tempat pertanggungjawaban. Tujuan dari perilaku konsumsi Islam adalah mencapai perspektif yang seimbang antara aspek materi dan spiritual dalam konsumsi. Setiap individu dituntut untuk memaksimalkan manfaat yang didapat (utility) guna mencapai kehidupan yang lebih baik..²⁶

Konsumsi merupakan cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan yang baik dan tepat agar kekayaan bisa dimanfaatkan kepada jalan yang sebaik mungkin untuk masyarakat banyak. Perilaku konsumen Muslim yang harus diperhatikan adalah :

- a. Penggunaan barang-barang yang bersih, baik, dan bermanfaat
- b. Kewajaran dalam membelanjakan harta
- c. Sikap sederhana dan adil

²⁵ Dewi Maharani and Taufiq Hidayat, "Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 409.

²⁶ Sukma, M. N., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 209-215.

- d. Sikap kemurahan hati dan moralitas yang tinggi
- e. Mendahulukan kebutuhan yang lebih prioritas

Dalam Islam, perilaku konsumsi diatur untuk menghindari pemborosan (isrof) dan sesuai dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum yang terdapat dalam syariat. Tujuannya adalah untuk mencapai manfaat konsumsi seoptimal mungkin dan mencegah segala bentuk penyimpangan yang dapat menyebabkan kerugian (madharat) baik bagi konsumen maupun orang lain.

2.3.5 Dasar Hukum Perilaku Konsumsi Islam

Pandangan Islam mengenai bumi dan isinya adalah sebagai amanah dari Allah SWT yang diberikan kepada manusia sebagai khalifah untuk dimanfaatkan dengan baik demi kesejahteraan bersama. Salah satu bentuk pemanfaatan tersebut adalah melalui kegiatan ekonomi secara umum, dan lebih khusus lagi, kegiatan konsumsi. Islam mendorong khalifah untuk selalu berlandaskan pada prinsip-prinsip yang benar agar mendapatkan ridha dari Allah Sang Pencipta.²⁷ Berikut dasar hukum perilaku konsumsi dalam islam :

1. Sumber yang Berasal dari al-Qur'an dan Sunnah Rasul

a) Al-Qur'an

Hukum perilaku konsumsi dalam islam bersumber dari al-Quran yang terdapat pada surat al-araf ayat 31 yang artinya:

"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."

b) As-Sunnah

Sunnah Rasul, yang artinya : *Abu Said Al-Chodry r.a berkata : Ketika kami dalam bepergian bersama Nabi SAW, mendadak datang seseorang berkendaraan, sambil menoleh ke kanan-ke kiri seolah-olah mengharapkan bantuan makanan,*

²⁷ Muhammad Muslih. Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ilmu Ekonomi Islami. (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006) Hlm:19

maka bersabda Nabi SAW : "Siapa yang mempunyai kelebihan kendaraan harus dibantukan pada yang tidak mempunyai kendaraan. Dan siapa yang mempunyai kelebihan bekal harus dibantukan pada orang yang tidak berbekal." Kemudian Rasulullah menyebut berbagai macam jenis kekayaan hingga kita merasa seseorang tidak berhak memiliki sesuatu yang lebih dari kebutuhan hatinya. (H.R. Muslim).²⁸

2. Ijtihad

Ijtihad berarti usaha untuk menentukan solusi dari sedikit banyaknya kemungkinan suatu persoalan syari'at. Mannan menyatakan bahwa sumber hukum ekonomi islam (termasuk di dalamnya terdapat dasar hukum tentang perilaku konsumen) yaitu; al-Qur'an, as-Sunnah, ijma', serta qiyas dan ijtihad. Menurut Mannan, yang ditulis oleh Muhammad dalam bukunya "Ekonomi Mikro Islam" konsumsi merujuk pada permintaan sementara produksi berhubungan penyediaan atau penawaran kebutuhan

Konsumen, baik yang sekarang maupun yang sudah dipertimbangkan sebelumnya, merupakan pendorong utama bagi aktivitas ekonomi mereka sendiri. Mereka tidak hanya menggunakan pendapatan mereka, tetapi juga memberikan dorongan untuk meningkatkannya.

Oleh karena itu, perbincangan mengenai konsumsi menjadi sangat penting, dan hanya para ahli ekonomi yang mampu memahami dan menjelaskan prinsip-prinsip produksi dan konsumsi, dianggap kompeten untuk mengembangkan hukum-hukum nilai dan distribusi, serta cabang-cabang lain dari subjek tersebut.

Muhammad mengemukakan bahwa perbedaan antara ilmu ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada pendekatannya

²⁸ Muhammad, Ekonomi Mikro (Dalam Perspektif Islam) . (Yogyakarta: BPFE, 2005)

dalam memenuhi kebutuhan individu. Islam menolak pandangan materialistik semata-mata dari pola konsumsi modern.²⁹

2.3.6 Etika Islam Dalam Hal Konsumsi

Islam memang dengan tegas melarang orang untuk mengkonsumsi makanan atau benda yang diharamkan (haram). Namun, Allah SWT senantiasa meluaskan rahmat-Nya dan tidak memberatkan umat-Nya. Allah memberikan kelonggaran bahwa orang dapat mengkonsumsi sesuatu yang haram jika mereka berada dalam situasi darurat yang mengancam nyawa mereka. Namun, dari kelonggaran ini, orang harus ingat bahwa mereka tidak boleh mengkonsumsinya secara berlebihan, karena hal itu dapat merugikan diri sendiri dan mengabaikan kewajiban-kewajiban iman yang wajib dipenuhi.

Seorang Muslim, saat melakukan konsumsi, harus memperhatikan bahwa tindakan tersebut harus mengandung lebih banyak manfaat (maslahat) daripada merugikan (madhorot). Maslahat dalam konsumsi memiliki sifat objektif karena berasal dari kebutuhan dan memberikan prioritas pada hal-hal yang lebih mendesak atau benar-benar diperlukan oleh dirinya dan orang lain.

Berikut Etika Islam dalam konsumsi yaitu³⁰:

1. Tauhid (Unity/Kesatuan)

Dalam Islam, konsumsi diartikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh setiap individu sebagai bentuk ibadah kepada Allah. Hal ini karena Allah menciptakan segala jenis makhluk, termasuk manusia, hewan, dan tumbuhan. Manusia hanya menyembah Allah semata-mata. Allah memberikan janji pahala yang besar bagi

²⁹ Jenita & Rustam KONSEP KONSUMSI DAN PERILAKU KONSUMSI ISLAM, JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017

³⁰ M. Nur Arianto Al Arif dan DR. Euis Amalia, Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional), (Jakarta: Kencana, 2010),87.

hamba-Nya yang senantiasa mengikuti perintah-Nya dan juga mengancam dengan siksaan bagi yang tidak taat.

Manusia dihadapkan pada ketergantungan kepada Allah dan kesadaran akan kebutuhan diri yang dipenuhi oleh-Nya. Dalam pandangan kapitalis, konsumsi dipengaruhi oleh harga barang, nafsu, pendapatan, dan keinginan, tanpa memperhatikan kepentingan orang lain atau bertanggung jawab. Namun, dalam perspektif Islam, konsumsi diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dengan penuh tanggung jawab, menghindari pemborosan, dan berbagi dengan orang lain yang membutuhkan.

Dalam konteks ekonomi konvensional, sering dianggap bahwa individu bertindak sebagai Homo economicus. Namun, dalam ajaran Islam, individu diingatkan untuk menjadi hamba Allah yang bertanggung jawab dan berakhlak baik dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam konsumsi barang dan jasa..

2. Adil (Equilibrium/Keadilan)

Allah SWT menciptakan segala sesuatu yang diperlukan manusia di dunia ini, memberikan kebebasan bagi manusia untuk menikmati anugerah-Nya. Namun, dalam menikmati anugerah tersebut, manusia diingatkan untuk bertindak adil dan sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini bertujuan agar manusia tidak hanya memperoleh manfaat materi, tetapi juga merasakan kepuasan spiritual. Dalam perspektif Islam, penting ditekankan bahwa perilaku yang setia dan baik dalam hal material maupun spiritual haruslah seimbang, demi keseimbangan kehidupan dunia dan akhirat.

3. Free Will (Kehendak Bebas)

Semesta ini diciptakan oleh Allah SWT dan kemudian diberikan kepada manusia di bumi untuk dikelola. Manusia diberi kebebasan untuk memanfaatkan alam yang Allah berikan sebaik-baiknya sesuai dengan kemampuan mereka.

Manusia dipercayai oleh Allah untuk mengelola bumi, namun dari kebebasan ini manusia tetap harus percaya bahwa mereka tidak akan terlepas dari takdir dan ketentuan Allah SWT.

4. Amanah (Responsibility/Pertanggungjawaban)

Sebagai khalifah atau manusia pemegang amanah, manusia diberikan kebebasan untuk melakukan tugas dan kewajiban sebagai pemegang amanah dengan sebaik-baiknya dan dapat memanfaatkan apa yang telah Allah ciptakan untuk mereka hidup di bumi. Manusia memiliki hak kebebasan dalam mengonsumsi apapun yang mereka inginkan, tetapi mereka juga harus bertanggung jawab atas penggunaan kebebasan tersebut..

5. Halal

Dalam agama Islam, konsumsi memiliki aturan yang tegas bagi setiap umatnya, dimana barang atau jasa (produk) yang dikonsumsi oleh umat Islam harus memiliki kejelasan dalam konsumsi tersebut, seperti kebaikan, kesucian dan kemaslahatan bagi masyarakat, dan yang terpenting hal yang dikonsumsi haruslah halal, karena umat islam dilarang mengonsumsi suatu yang haram maupun diharamkan. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Quran Surah Thahaa yang artinya *“Makanlah dari rezki yang baik-baik yang telah kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. Barang siapa ditampa kemurkaan-Ku maka sungguh, binasalah dia”*(Q.S Thahaa:81).

Allah mengizinkan manusia menikmati semua kelezatan makanan dan barang-barang yang telah Dia ciptakan. Namun, manusia harus menghindari perilaku berlebihan dalam menggunakan apa yang telah Allah berikan dan selalu bersyukur atas segala apa saja yang telah diberikan-Nya. Mereka juga harus

berhati-hati agar tidak menyalahgunakan nikmat yang telah Allah berikan untuk tujuan yang dapat menyebabkan murka-Nya.

6. Sederhana

Dalam Islam sifat yang melampaui batas (*israf*), boros, berlebih-lebihan sangat dibenci oleh Allah, karena apapun yang berlebih-lebihan apapun yang bersifat boros memiliki banyak dampak mudharat (bahaya) daripada manfaatnya. Dalam melakukan konsumsi umat Islam harus memperhatikan kehalalan dan haramnya suatu barang atau jasa yang akan dikonsumsi, segala yang akan dikonsumsi baik barang maupun jasa harus sesuai dengan ajaran, syariat, dan ketentuan agama Islam, dimana dalam mengkonsumsi sesuatu harus mempertimbangkan tujuan atau manfaat dari melakukan konsumsi sehingga dapat memberikan manfaat untuk diri sendiri maupun yang lainnya.

2.4 Pondok Pesantren

2.4.1 Pengertian Pondok Pesantren

Pondok pesantren adalah sebuah lembaga pendidikan Islam tradisional di Indonesia. Kata "pondok" berasal dari bahasa Arab "bunduq" yang berarti "rumah kecil," sedangkan "pesantren" berasal dari bahasa Sanskerta "śāstra" yang berarti "pelajaran" atau "ajaran." Secara keseluruhan, pondok pesantren adalah tempat di mana pendidikan agama Islam diajarkan dan dipraktikkan, dengan penekanan pada pengajaran Al-Qur'an, Hadis, Fiqih, Aqidah, dan ilmu-ilmu keislaman lainnya.

Santri merupakan sebutan untuk para siswa atau murid yang belajar di pondok pesantren. Kata "santri" berasal dari bahasa Arab "ṣanā'at" yang berarti "belajar" atau "mempelajari." Santri adalah individu yang tinggal dan belajar di lingkungan pondok pesantren, di bawah bimbingan para guru atau ulama. Mereka mengikuti program pendidikan agama Islam dan kehidupan komunal di pondok pesantren, dengan tujuan untuk mendalami pengetahuan agama, karakter, dan

moralitas. Santri juga dikenal dengan disiplin dan kesederhanaan dalam gaya hidupnya.

Pesantren, sebagai institusi pendidikan yang akarnya kuat dalam masyarakat muslim Indonesia, telah berhasil menjaga dan mempertahankan eksistensinya serta menerapkan model pendidikan yang mencakup berbagai aspek. Selain mendidik santri dalam ilmu agama, pesantren juga membentuk kepemimpinan alami, kemandirian, ketekunan, kerjasama, kesetaraan, dan sikap positif lainnya.

Dengan modal ini, diharapkan pesantren dapat mencetak masyarakat yang berkualitas dan mandiri, berkontribusi pada pembangunan nasional, serta berperan aktif dalam upaya mencerdaskan bangsa sesuai amanat Undang-Undang Dasar 1945. Sebagai lembaga pendidikan tertua di Indonesia dan produk budaya Indonesia, pesantren telah berakar sejak munculnya masyarakat Islam di Nusantara.

Fungsi utama pesantren adalah mempersiapkan santri untuk mendalami dan menguasai ilmu agama Islam (*tafaqquh fi al-din*), dengan harapan dapat mencetak kader ulama dan berperan dalam mencerdaskan masyarakat serta menyebarkan agama Islam. Materi pelajaran di pesantren umumnya terdiri dari ilmu agama yang diambil dari kitab-kitab klasik berbahasa Arab, yang lebih dikenal sebagai kitab kuning.³¹

Aspek pondok pesantren adalah sebuah konsep yang berkaitan dengan lembaga pendidikan Islam tradisional di Indonesia, yang fokus pada pendidikan agama, moral, dan karakter. Para ahli telah mengidentifikasi beberapa aspek penting dari pondok pesantren yang membentuk inti dari lembaga tersebut. Berikut adalah beberapa aspek pondok pesantren menurut beberapa ahli³²:

³¹ Usman Muhammad Idris, "Pesantren Sebagai Lembaga Pendidikan Islam," *Al Hikmah* XIV, no. 1 (2013): 101-119.

³² Hosen, N. (2005). Shari'a and constitutional reform in Indonesia. *Journal of Islamic Studies*, 16(2), 147-182

1. Aspek Pendidikan Agama:

Pondok pesantren berfokus pada pendidikan agama Islam yang meliputi pengajaran Al-Qur'an, Hadis, Fiqih, Aqidah, dan tafsir. Tujuan utama dari pendidikan agama ini adalah untuk membentuk akhlak dan kesadaran beragama pada santri (murid).

2. Aspek Pendidikan Karakter:

Pondok pesantren juga bertujuan untuk membentuk karakter santri yang berakhlak mulia, jujur, disiplin, bertanggung jawab, dan memiliki rasa tanggung jawab sosial.

3. Aspek Pembelajaran Tradisional:

Pondok pesantren sering menggunakan metode pembelajaran tradisional yang melibatkan hubungan guru-siswa yang erat dan penerapan sistem bimbingan (ta'lim).

4. Aspek Kemandirian Ekonomi:

Beberapa pondok pesantren juga memiliki kegiatan ekonomi yang mendukung keberlangsungan lembaga tersebut. Misalnya, melalui pertanian, peternakan, atau industri kerajinan.

5. Aspek Kebersamaan dan Kehidupan Komunal:

Pondok pesantren menciptakan lingkungan kehidupan komunal di mana santri tinggal dan belajar bersama, menciptakan rasa kebersamaan dan solidaritas.

6. Aspek Tradisi Keilmuan

Pondok pesantren juga melestarikan tradisi keilmuan Islam, seperti ilmu falak (astronomi Islam), ilmu tafsir, dan ilmu hadis, serta mengajarkan ilmu-ilmu keislaman lainnya.

2.4.2 Tujuan Pondok Pesantren

Tujuan pondok pesantren adalah untuk memberikan pendidikan agama Islam dan moral kepada santri (para siswa) dengan tujuan utama membentuk pribadi yang beriman, berakhlak mulia, dan bertanggung jawab. Berikut adalah beberapa tujuan utama pondok pesantren:

1. Pendidikan Agama Islam

Pondok pesantren bertujuan untuk mendalami dan memahami ajaran agama Islam, termasuk mempelajari Al-Qur'an, Hadis, Fiqih, Aqidah, dan ilmu-ilmu keislaman lainnya.

2. Pembentukan Karakter

Pondok pesantren ingin membentuk pribadi santri yang memiliki akhlak mulia, jujur, disiplin, dan bertanggung jawab.

3. Kesadaran Beragama

Tujuan utama pondok pesantren adalah untuk meningkatkan kesadaran beragama pada santri, sehingga mereka dapat menjadi muslim yang taat dan bertakwa.

4. Pengembangan Kepribadian

Pondok pesantren berusaha untuk mengembangkan kepribadian santri agar memiliki keteguhan iman, sikap saling menghormati, dan rasa empati terhadap sesama.

5. Pengembangan Ilmu Keislaman

Pondok pesantren juga menekankan pada pengembangan ilmu keislaman, sehingga santri dapat menjadi ulama yang mampu menyebarkan dan mengajarkan Islam dengan benar.

6. Peningkatan Kualitas Hidup

Pondok pesantren ingin memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup santri, baik dalam hal spiritual, mental, maupun fisik.

7. Kemandirian

Tujuan lainnya adalah mengembangkan kemandirian santri dalam menghadapi tantangan hidup, serta mengajarkan nilai-nilai kerja keras dan usaha.

8. Kebersamaan dan Solidaritas

Pondok pesantren menciptakan lingkungan komunal yang mendorong rasa kebersamaan, solidaritas, dan saling peduli antara santri.

9. Melestarikan Tradisi Keilmuan Islam

Pondok pesantren juga memiliki tujuan untuk melestarikan tradisi keilmuan Islam, termasuk ilmu falak (astronomi Islam), ilmu tafsir, dan ilmu hadis.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, pondok pesantren berperan penting dalam membentuk generasi yang berakhlak mulia, beriman, dan berkontribusi positif bagi masyarakat dan umat Islam secara keseluruhan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

no	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
1	Nurul Fauzziyah, Sri Widayati (2020)	Pengaruh Besaran Uang Saku Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Ivet	Hasil penelitian meunjukkan : (1) besaran uang saku mahasiswa rata-rata pada rentang Rp.581.000 - Rp.761.000 dalam kategori rendah, (2) lingkungan teman sebaya sebesar 61 atau 35% dalam kategori cukup, (3) perilaku konsumtif sebesar 69 atau 40% dalam kategori cukup. Selain itu hasil penelitian menunjukan ada	Variable dan objek penelitian

no	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
			<p>pengaruh yang signifikan besaran uang saku dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan koefisien determinasi (R²) 0,091 menunjukkan bahwa 9,1%. Sehingga menunjukkan bahwa 9,1% perilaku dipengaruhi oleh besaran uang saku dan lingkungan teman sebaya, sedangkan 90,9% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak dibahas dalam penelitian.</p>	
2	Mutiaraudah Afianti (2017)	<p>Hubungan Lingkungan Sosial Dengan Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perawatan Wajah</p>	<p>Hasil penelitian menunjukan bahwa besarnya korelasi sebesar 0,725 dengan signifikansi 0,000 yang artinya hubungan antara lingkungan sosial dengan perilaku konsumen signifikan dan memiliki hubungan yang kuat. Berdasarkan uji analisis tersebut maka hipotesis null peneliti ditolak, bahwa terdapat hubungan yang positif antara lingkungan sosial dengan perilaku konsumen, artinya semakin tinggi nilai lingkungan sosial seseorang semakin tinggi pula perilaku konsumen orang tersebut. Dalam penelitian ini</p>	Variable dan objek penelitian

no	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
			lingkungan sosial memberikan sumbangan kepada perilaku konsumen sebesar 52,5% sedangkan 47.5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.	
3	Titi Rismayanti, Serli Oktapiani (2020)	Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa 1) Uang Saku berpengaruh signifikan yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas untuk variable Uang Saku adalah sebesar $0.031 < 0.05$. 2) Gaya Hidup berpengaruh signifikan yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas untuk variable uang saku adalah $0.003 < 0.05$.	Variable dan objek penelitian
4	Nurma Hasanah, Tuti Anggraini, Rahmat Daim Harahap (2022)	Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Gaya Hidup (X1) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi yang telah dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $3,422 > t$ tabel $1,986$ dengan nilai signifikan sebesar $0,008 < 0,05$, variable Media Sosial (X2) mempunyai pengaruh yang bersignifikan terhadap Perilaku Konsumsi hal ini dibuktikan dengan nilai t hitungnya yaitu $4,299 > t$ tabel $1,986$ dengan nilai signifikannya ialah	Variable dan objek penelitian

no	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
			<p>0,007 < 0,05, Variabel Lingkungan Sosial (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumsi hal ini dibuktikan dengan nilai t hitungnya yaitu 5,919 > t tabel 1,986 dan nilai signifikannya ialah 0,000 < 0,05, variable Gaya Hidup, Media Sosial, dan Lingkungan Sosial mempunyai pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi Hal ini dapat dilihat variasi variabel Gaya Hidup, Media Sosial, dan Lingkungan Sosial mampu menjelaskan variasi variabel Perilaku Konsumsi sebesar 55,8%, serta prinsip konsumsi dalam Ekonomi Islam untuk memenuhi berbagai keperluan hidup manusia yaitu kebutuhan lebih diutamakan daripada keinginan. Terdapat perbedaan yang signifikan apabila dibandingkan dengan ilmu ekonomi modern yang mengutamakan materialistisnya saja. Prinsip dalam Islam tentang konsumsi, diatur oleh lima prinsip utama, yaitu: keadilan, kesederhanaan, moralitas, kebersihan, dan kemurahan hati.</p>	

no	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
5.	Noni Rozaini, Anastasya Sitohang (2020)	Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2018	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengelolaan uang saku dan modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi fakultas ekonomi universitas negeri medan stambuk 2018. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial diperoleh hasil bahwa variabel Pengelolaan Uang Saku berpengaruh negative dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan 2 Ekonomi Stambuk 2018. variabel Modernitas berpengaruh negative dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018	Variable dan objek penelitian

2.4 Penjelasan Variabel Dan Indikator

1. Uang Saku

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) uang saku adalah uang yang dibawa untuk keperluan sewaktu-waktu. Uang saku merupakan salah satu hal yang

mendukung dan membantu mencukupi kebutuhan pelajar, yang diperoleh dari orang tua, bantuan atau beasiswa, dan bekerja.³³

Terdapat beberapa indikator atau faktor yang digunakan sebagai alat ukur dalam pengelolaan uang saku, yaitu:

a) Literasi keuangan / Penggunaan uang saku

Literasi keuangan merupakan kumpulan keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seseorang untuk membuat keputusan yang bijaksana terkait sumber daya keuangan mereka.

b) Pemberian uang saku oleh orangtua

Pemberian uang saku oleh orangtua dalam periode tertentu menuntut seorang mahasiswa untuk mengelola uang saku dengan baik agar cukup untuk memenuhi kebutuhan hingga periode selanjutnya.

c) Penghasilan / Pendapatan pribadi

Penghasilan atau pendapatan pribadi adalah tambahan ekonomi bagi seseorang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Pendapatan yang diperoleh biasanya digunakan untuk konsumsi akibat perubahan gaya hidup.³⁴

2. Lingkungan

Lingkungan merupakan segala sesuatu yang ada di sekitar manusia yang mempengaruhi perkembangan manusia baik secara langsung maupun tidak. Lingkungan juga merupakan tempat para manusia untuk berinteraksi maupun melakukan kegiatan ekonomi.

Adapun indicator dari lingkungan adalah³⁵ :

³³ Rismayanti and Oktapiani, "Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa."

³⁴ Noni Rozaini, "Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2018."

³⁵ Mutiaraudah Afianti, "Hubungan Lingkungan Sosial Dengan Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perawatan Wajah," 2017.

1. Lingkungan sosial makro:

- a) Kultur/Budaya: Merupakan keseluruhan keyakinan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari oleh anggota masyarakat tertentu, yang membantu mengarahkan perilaku konsumen.
- b) Kelas sosial: Mengacu pada pengelompokan orang dengan perilaku serupa berdasarkan posisi ekonomi mereka.

2. Lingkungan sosial mikro:

- a) Keluarga: Merupakan kelompok sosial paling dasar yang terdiri dari anggota yang hidup bersama dan berinteraksi untuk memuaskan kebutuhan bersama.
- b) Kelompok acuan: Kelompok yang melibatkan satu orang atau lebih yang digunakan sebagai pembandingan atau acuan dalam membentuk respon afektif dan kognitif serta perilaku.

3. Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi mencakup tindakan individu yang terlibat secara langsung dalam memperoleh, menggunakan, dan menghabiskan barang dan jasa, termasuk keputusan sebelum dan sesudah melakukan tindakan tersebut. Setiap konsumen berupaya mengalokasikan pendapatan terbatas mereka untuk membeli produk sehingga dapat mencapai tingkat kepuasan maksimum..³⁶

Adapun indikator perilaku konsumsi adalah diantaranya³⁷:

- a) Membeli produk karena kemasannya menarik
- b) Membeli produk atas pertimbangan harga
- c) Membeli produk untuk menjaga symbol status
- d) Memakai produk karena unsur model dan pengiklanan
- e) Pembelian yang rasional

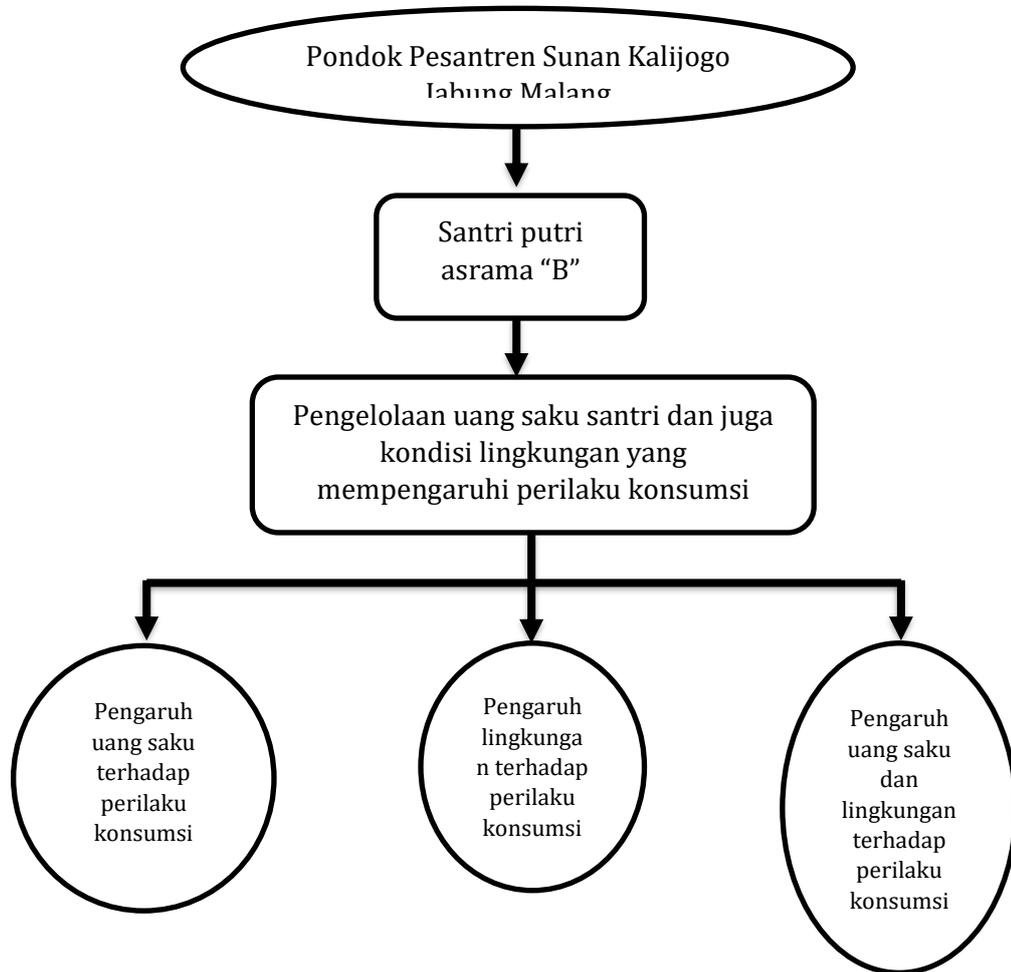
³⁶ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam," *Dinar* 2, no. Januari (2015): 18.

³⁷ Ulfa, "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi."

- f) Pembelian boros atau berlebihan
- g) Budaya

2.5 Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1 kerangka konseptual



Kerangka konseptual diatas menjelaskan alur tentang pondok pesantren sunan kalijogo yang memiliki santri putri asrama "B", kemudian para santri melakukan konsumsi dengan perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh pengelolaan uang saku dan juga lingkungan sosial, sehingga dapat mengetahui pengaruh uang saku terhadap perilaku konsumsi, pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi, pengaruh uang saku dan lingkungan terhadap perilaku konsumsi.

2.6 Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Pengaruh Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Putri Asrama “B” Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung

Uang saku merupakan penghasilan yang diperoleh oleh seorang anak dari keluarganya, dan memiliki pengaruh terhadap pola konsumsinya. Biasanya, semakin tinggi jumlah uang saku yang diterima, semakin tinggi pula tingkat konsumsi seseorang. Sumber pendapatan atau uang saku bagi santri bisa berasal dari orang tua, saudara, atau beasiswa. Dalam teori ini dijelaskan bahwa semakin besar pendapatan atau uang saku yang diterima seseorang, maka konsumsinya pun cenderung meningkat, yang dimaksud dalam hal ini adalah banyaknya uang saku yang diterima seseorang maka akan semakin besar juga tingkat konsumsi orang tersebut.³⁸

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Titi Rismayanti uang saku berpengaruh signifikan yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas untuk variable Uang Saku. Uang saku mampu mempengaruhi perilaku seseorang. Berdasarkan dari teori dan penelitian terdahulu maka dapat ditarik hipotesis dalam penelitian. Berikut hipotesis dalam penelitian ini :

H0 : Tidak terdapat pengaruh dari uang saku terhadap perilaku konsumsi santri putri asrama “B” Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung

H1 : Terdapat pengaruh dari uang saku terhadap perilaku konsumsi santri putri asrama “B”Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung

2) Pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi santri putri Asrama “B” Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung

Lingkungan sosial merupakan lingkungan tempat individu berinteraksi, yang memiliki beberapa aspek yaitu sikap kemasyarakatan, sikap kejiwaan, sikap kerohanian, dan lain sebagainya. Lingkungan merupakan segala sesuatu yang ada di

³⁸ Nailatul Hidayah And Prasetyo Ari Bowo, “Pengaruh Uang Saku, Locus Of Control, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif,” *Economic Education Analysis Journal* 7, No. 3 (2019): 1025–1039.

sekitar manusia yang mempengaruhi perkembangan manusia baik secara langsung maupun tidak. Lingkungan juga merupakan tempat para manusia untuk berinteraksi maupun melakukan kegiatan ekonomi.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mutiaraudah Afianti lingkungan sosial dengan perilaku konsumen signifikan dan memiliki hubungan yang kuat. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H0 : Tidak terdapat pengaruh dari lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi santri putri asrama “B” Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung

H1 : Terdapat pengaruh dari lingkungan terhadap perilaku konsumsi santri putri asrama “B” Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung

3) Pengaruh uang saku dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Putri Asrama “B” Pondok Pesantren Sunan Klijogo Jabung

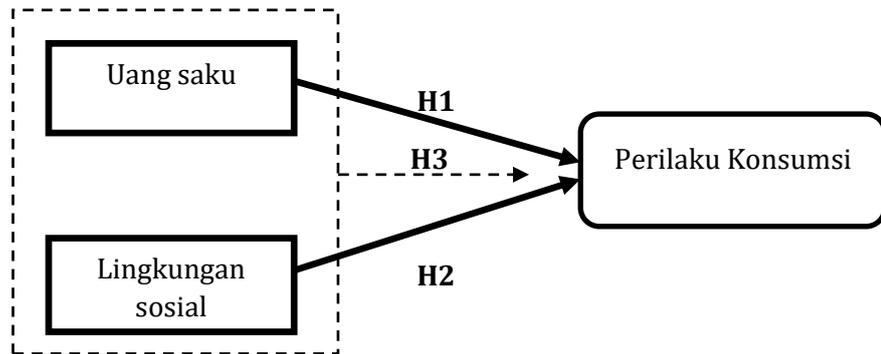
Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurma Hasanah yang membahas tentang perilaku konsumsi menyatakan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh lingkungan social dan uang saku, serta hasil penelitian yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Berdasarkan penelitian terdahulu pneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H0 : Tidak terdapat pengaruh dari uang saku dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi santri putri asrama “B”Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung

H1 : Terdapat pengaruh uang saku dari lingkungan terhadap perilaku konsumsi santri putri asrama “B”Sunan Kalijogo Jabung

Dari rumusan hipotesis diatas berikut kerangka hiipotesisnya :

Gambar 2.2 Kerangka Hipotesis



keterangan : ————— : pengaruh persial
 - - - - - : pengaruh simult

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis informasi tentang hal-hal yang ingin diketahui. Metode deskriptif ini dimaksudkan untuk menggambarkan sifat suatu fenomena pada saat penelitian dilakukan dan menyelidiki sebab-sebab dari gejala tertentu. Metode ini dapat diterapkan dengan berbagai pendekatan dan cakupan yang lebih luas dibandingkan metode penelitian lainnya.³⁹

Sedangkan pendekatan penelitian menggunakan metode survey. Metode ini digunakan untuk mengukur gejala-gejala yang ada tanpa menyelidiki mengapa gejala-gejala tersebut ada. Juga tidak memperhitungkan hubungan-hubungan antara variabel-variabel, lebih menggunakan data yang ada untuk memecahkan masalah yang ada dari pada pengujian hipotesis⁴⁰, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh uang saku dan lingkungan terhadap perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung.

3.2 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian adalah level atau tingkatan bisa disebut juga jenjang dalam sebuah aktivitas penelitian. Dimana tahapan tersebut terdapat memiliki proses yang dilakukan secara terstruktur, runtut, baku, logis dan sistematis.

Adapun alur penelitian pada skripsi ini yakni sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu peneliti menyusun kuesioner yang akan digunakan untuk memperoleh data. Setelah kuesioner sudah tersusun, peneliti kemudian menyebarkan angket melalui google form kepada para responden yang berjumlah

³⁹ Prof. Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Aswaja Pressindo, 2015.

⁴⁰ Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

83 santri putri sunan kalijogo jabung asrama B. Jika semua data yang terkumpul sesuai dengan kuosioner yang tersebar, maka peneliti k kamar ae aku gemudian menguji data-data tersebut melalui aplikasi SPSS untuk mengetahui valid atau tidaknya data tersebut. Setelah data yang diujikan telah teruji valid, maka peneliti akan melanjutkan ke uji-uji berikutnya. Uji yang dilakukan peneliti yakni uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji T dan uji F

3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian

3.3.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2023 sampai selesai penelitian. Penulis melakukan penelitian ini pada santri putrui asrama B Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung.

3.3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian peneliti bertempat di Pondok Pesantren Sunan Kalijogo yang terletak di Jl. Keramat (Jl. Kyai Nur Salim) Sukolilo, Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

3.4 Popuasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merujuk pada suatu area generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti, dan dari situ peneliti akan menarik kesimpulan.⁴¹ Populasi dalam penelitian ini adalah santri putri asrama B Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung yang berjumlah 506, yang terdiri dari⁴²

Tabel 3. 1 jumlah santri

No	Kamar	Jumlah santri
1	B1	35
2	B2	33

⁴¹ Asnaini dkk, Pedoman Penulisan Skripsi, (Bengkulu: FEBI IAIN Bengkulu, 2016), h. 26

⁴² *Buku pembayaran syahriah pondok pesantren sunan kalijogo jabung asrama B*

3	B3	37
4	B4	38
5	B5	28
6	B6	34
7	B7	32
8	B8	28
9	B9	12
10	B10	12
11	B11	6
12	B12	0
13	B13	25
14	B14	28
15	B15	36
16	B16	27
17	B17	38
18	B18	36
19	B19	15
20	B20	6
Jumlah		506

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari total jumlah dan karakteristik yang ada di dalam populasi. Dalam penelitian ini, digunakan metode insidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan memilih siapa saja yang kebetulan hadir atau ditemukan pada saat penelitian dilakukan. Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin.^{43:)}

$$n = N / 1 + N (e)^2$$

Keterangan : n: ukuran sampel

 N: ukuran populasi

⁴³ Nursalam, Metode Penelitian (Edisi 3: Jakarta Salemba Medika, 2013), h. 176

e: persentase ketidak elitan karena kesalaham pengambilan sampel sebesar

Dari rumus slovin tersebut peneliti telah menghitung sampel dengan tingkat eror 10% maka ditemukan sampel sebanyak 83,498 yang dibulatkan menjadi 83 santri.

3.5 Sumber Data Dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian atau objek penelitian, di mana data tersebut dihasilkan oleh peneliti melalui studi lapangan menggunakan kuesioner. Peneliti melakukan observasi dan pengumpulan data serta informasi secara langsung dari santri asrama "B" di Sunan Kalijogo Jabung.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada dan bukan hasil pengumpulan data sendiri. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber seperti studi kepustakaan, dokumen, buku panduan, dan literatur lainnya. Data tersebut tidak diperoleh secara langsung dari peneliti, melainkan didapatkan dari sumber lain seperti orang lain atau referensi tertulis.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan dua teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- 1) Kuesioner: Kuesioner adalah teknik terstruktur untuk mengumpulkan data yang terdiri dari pertanyaan tertulis atau lisan yang dijawab oleh responden. Skala jawaban dalam kuesioner menggunakan skor dari 1 hingga 5, dengan nilai 5 menunjukkan "Sangat Setuju" dan nilai 1 menunjukkan "Sangat Tidak Setuju".

Jenis data yang digunakan dalam kuesioner ini adalah data ordinal, yaitu data yang diurutkan dari tingkat yang paling rendah hingga yang paling tinggi.

2) Dokumentasi: Metode dokumentasi melibatkan penelitian terhadap benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan lain sebagainya. Peneliti menggunakan data dari mahasiswa, fakultas, serta situs web resmi yang relevan. Dokumentasi berupa foto, video, dan dokumen juga dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas hasil penelitian yang berasal dari observasi atau wawancara.

3.7 Instrument Penelitian

Instrumen penelitian merupakan perangkat yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengukur data dalam penelitian. Dalam penelitian ini, menggunakan metode kuesioner (angket) dengan menggunakan skala likert. Responden diminta untuk memberikan jawaban berdasarkan alternatif yang telah disediakan. Pilihan jawaban yang disajikan dalam kuesioner menggunakan skala likert untuk mengukur tingkat persetujuan atau pendapat responden terhadap pernyataan yang diajukan. Alternatif yang disediakan yaitu :

Tabel 3. 2 instrumen penelitian

Alternatif	Keterangan	Nilai
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

3.8 Kisi - Kisi Intrumen Penelitian

Tabel 3. 3 kisi-kisi kuesioner

No	variabel	Indicator	Nomor soal	Jumlah
1	Uang saku	a. Literasi keuangan b. Pendapatan dari orang tua atau uang saku	a. 1, 2, 3 b. 4, 5, 6, 7 c. 8, 9, 10,11,	13

		c. Pemenuhan kebutuhan	12, 13	
2	Lingkungan sosial	a. Lingkungan social makro b. Lingkungan social mikro	a. 1, 2, 3, 4, 5, 6 b. 7, 8, 9, 10, 11, 12	12
3	Perilaku konsumsi	a. Membeli produk atas pertimbangan harga b. Membeli produk karena kemasannya menarik c. Membeli produk untuk menjaga symbol status d. Memakai produk karena unsur model dan pengiklanan e. Pembelian yang rasional f. Pembelian boros atau berlebihan g. Budaya	a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5, 6 f. 7,8 g. 9	9

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian digunakan untuk menilai sejauh mana angket atau kuesioner yang telah disebar memiliki keabsahan atau validitas data. Validitas data diartikan sebagai sejauh mana data yang diperoleh sesuai dengan tujuan awal dari penyebaran kuesioner, serta seberapa akurat hasil

yang dihasilkan dari kuesioner tersebut⁴⁴. Apabila nilai signifikansi (sig) yang diperoleh melebihi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut valid. Namun, jika nilai signifikansi (sig) yang diperoleh kurang dari atau sama dengan 0,05, maka data tersebut dianggap tidak valid⁴⁵.

3.9.2 Uji Reabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Metode Cronbach's Alpha digunakan untuk mengukur konsistensi instrument dalam kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan secara keseluruhan. Jika nilai alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,60, maka data tersebut dapat dianggap memiliki reliabilitas yang baik, namun jika nilainya lebih rendah atau kurang dari 0,60, maka data tersebut dianggap tidak memiliki reliabilitas yang memadai⁴⁶.

3.9.3 Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linear Berganda adalah suatu metode yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antara variabel terikat (Y) dengan sejumlah variabel bebas (X1, X2, X3, dan seterusnya). Penggunaan analisis regresi linier berganda ini berguna untuk mengukur sejauh mana hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, baik itu bersifat positif atau negatif. Selain itu, uji ini juga dapat membantu dalam menentukan apakah nilai variabel independen atau dependen cenderung meningkat atau menurun seiring perubahan nilai yang terjadi. Persamaan

⁴⁴ Ahyar et al., Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.

⁴⁵ Agung Widhi Kurniawan and Zahra Puspitaningtyas, Metode Penelitian Kuantitatif, 2016.

⁴⁶ Kurniawan and Zahra Puspitaningtyas, Metode Penelitian Kuantitatif.

dari Analisis Regresi Linier Berganda akan digunakan untuk menganalisis dan memprediksi hubungan antara variabel-variabel tersebut.. Adapun persamaan dari Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y= Variabel Terikat (perilaku konsumsi)

X1= Variabel bebas pertama (uang saku)

X2= Variabel bebas kedua (lingkungan)

Xn = Variabel bebas ke-n

a= Konstanta (Nilai Y' apabila X1, X2, X3, Xn = 0)]

b= Koefisien regresi

e= Standart Error Term

3.9.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi pada dasarnya adalah salah satu uji yang digunakan sebagai syarat statistik. Uji asumsi merupakan syarat yang harus dipenuhi pada penelitian kuantitatif ketika melakukan analisis regresi linier ganda.

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan untuk mengetahui distribusi data dalam penelitian. Data yang bisa digunakan dalam penelitian ini adalah data yang terdistribusi normal. Data yang dikatakan normal jika nilai signifikansi > 0,05

2. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau korelasi dari variabel bebas. Untuk mengukur multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF (Variance Inflation

Factor) dan nilai tolerance-nya. Dengan ketentuan jika nilai VIP < 10,00 dan nilai tolerance-nya >0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual pada satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin Waston dengan jika nilai $du < d < 4-du$ maka tidak terjadi autokorelasi.

3.9.7 Uji T Atau Parsial

Pengujian hipotesis secara parsial atau biasa disebut dengan uji T dalam penelitian bermanfaat untuk mengetahui model regresi dari variabel independen apakah variabel independent masing-masing dapat berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel dependent. Ketentuan dalam uji T adalah:

1. Jika nilai signifikan $T < 0,05$ maka artinya semua variabel bebas atau variabel independent memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau variabel dependent.

2. Jika nilai signifikan $T > 0,05$ maka artinya semua variabel bebas atau variabel independent tidak pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau variabel dependent.⁴⁷

3.9.6 Uji F Atau Uji Simultan

uji simultan atau uji F dalam penelitian berguna untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent.⁴⁸

Ketentuan dari uji f atau uji simultan:

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka artinya semuavariabel bebas atau variabel independent memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau variabel dependent.
2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka artinya semuavariabel bebas atau variabel independent tidak pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent

⁴⁷ Wisudaningsi, Besse Arna, Irvana Arofah, and Konstansius Aji Belang. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda." *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika* 1, no. 1 (2019): 103-117.

⁴⁸Hendri Dunan and Yolanda Cici Prasela, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Da Kualitas Produk Terhadap Produk Baju Kepuasan Konsumen Distro Otsky Di Bandar Lampung." (2021):

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Widhi Kurniawan and Zahra Puspitaningtyas, "Metode Penelitian Kuantitatif", 2016.
- Ahyar et al., "Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif".
- Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam," *Dinar* 2, no. Januari (2015): 18
- Abdullah, Prof. Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo, 2015.
- Afianti, Mutiaraudah. "Hubungan Lingkungan Sosial Dengan Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perawatan Wajah," 2017.
- Armelia, Yola, and Agus Irianto. "Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Ecogen* 4, no. 3 (2021): 418.
- Bambang Widjajanta, *Mengasah Kemampuan Ekonomi*, (Bandung: Citra Praya, 2007), h. 140-141
- Daryanto, "Konsumen Dan Pelayanan Prima", (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014), 96.
- Dewi Kumalasari dan Yohanes Hadi Soedilo, Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Ank Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 12, Vol. 1, 2019
- Dwi Lestari, Pengaruh E-Commerce Dan Penapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Penggunaan Aplikasi Online Shop, Skripsi (Iain Ponorogo 2021)
- Dewi Maharani and Taufiq Hidayat, "Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 409.
- Dwi Mutia, Analisis Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa,.. h. 20
- Evi Maryadiningsih, Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Di Surabaya Selama Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Konsumsi Islam *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (EMBISS)* Vol 1 No 4 Agustus 2021
- Hartiyani Sadu Budanti, Mintasih Indriayu & Muhammad Sabandi. "Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fkip UNS " (n.d.): 1-14.
- Hasanah, Nurma, Tuti Anggraini, and Rahmat Daim Harahap. "Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan." *MES Management Journal* 2, no. 1 (2023): 1-13.
- Hendri Dunan and Yolanda Cici Prasela, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Da Kualitas Produk Terhadap Produk Baju Kepuasan Konsumen Distro Otsky Di Bandar Lampung." (2021):
- Hidayah, Nailatul, and Prasetyo Ari Bowo. "Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif." *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 3 (2019): 1025-1039.
- Idris, Usman Muhammad. "Pesantren Sebagai Lembaga Pendidikan Islam." *Al Hikmah* XIV, no. 1 (2013): 101-119
- Iryani, Riza Mega, and Rudi Suryo Kristanto. "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE

- Bank BPD Jateng).” *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 2 (2022): 191–202.
- Iryani and Kristanto, “Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng).”
- Jimmy Hasoloan, *Ekonomi Moneter*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2014), h. 8-11
- Kurniawan and Zahra Puspitaningtyas, “Metode Penelitian Kuantitatif”.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2002). *Perilaku Konsumen*.
- Maharani, Dewi, and Taufiq Hidayat. “Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 409.
- Mintasih Indriayu & Muhammad Sabandi Hartiyani Sadu Budanti, “Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS” (n.d.): 1–14.
- Nailatul Hidayah and Prasetyo Ari Bowo, “Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif,” *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 3 (2019): 1025–1039.
- Nurma Hasanah, Tuti Anggraini, and Rahmat Daim Harahap, “Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan,” *MES Management Journal* 2, no. 1 (2023): 1–13.
- Nursalam, *Metode Penelitian* (Edisi 3: Jakarta Salemba Medika, 2013), h. 176
- Noni Rozaini. “Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2018.” *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen* 6, no. 2 (2020): 1–8.
- Nugroho J, Setiadi, “Perilaku Konsumen” Edisi Revisi (Jakarta: Kencana, 2015), 10
- Paul W. Lermite, *Agar Anak Pandai Mengelola Uang*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), h.3-6
- Peter, Olson, and Diah Tantri Dwiandani, “Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran.”
- Prof. Ma’ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Aswaja Pressindo, 2015.
- Putu M. Wijaya, *Perancangan Kampanye Sosial : Belajar Kelola Uang*, (Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Komunikasi Visual), h. 4.
- Rika Amelia Wati, M Ridwan Basalamah, and Rahmawati, “Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Viral Marketing, Dan Customer Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Islam Malang),” *Riset Manajemen* 10, no. 13 (2018): 120–133.
- Rismayanti, and Oktapiani. “Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa” 02, no. 2019 (2020): 31–37.
- Risnawati. “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh) Disusun.” *Kaos GL Dergisi*, 2020.
- Riza Mega Iryani and Rudi Suryo Kristanto, “Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE

- Bank BPD Jateng),” *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 2 (2022): 191-202.
- Sarah, A. F. (2012). Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Skripsi Tidak Dipublikasikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Sukma, M. N., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 209-215.
- Ulfa, Maria. “Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi” (2021).
- Wahyuni, E. T. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal Akmenika Edisi Ke, 4*, 1-15.
- Wati, Basalamah, and Rahmawati, “Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Viral Marketing, Dan Customer Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Islam Malang).”
- Windi Megayanti dan Nicky Rosady, Pengaruh Kepemilikan Handphone Terhadap UangSaku Peserta Didik Untuk Pembelian Pulsa Paket Internet di SMKA Yamas Jakarta, Volume V No.1, 2018, h. 30-31
- Wisudaningsi, Besse Arna, Irvana Arofah, and Konstansius Aji Belang. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda." *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika* 1, no. 1 (2019): 103-117.
- Wahyuni, E. T. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal Akmenika Edisi Ke, 4*, 1-15.
- Windi Megayanti dan Nicky Rosady, Pengaruh Kepemilikan Handphone Terhadap UangSaku Peserta Didik Untuk Pembelian Pulsa Paket Internet di SMKA Yamas Jakarta, Volume V No.1, 2018, h. 30-31
- Wisudaningsi, Besse Arna, Irvana Arofah, and Konstansius Aji Belang. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda." *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika* 1, no. 1 (2019): 103-117.
- Yola Armelia and Agus Irianto, “Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Jurnal Ecogen* 4, no. 3 (2021): 418.

Lampiran 1 Kosioner Penelitian

LEMBAR KUESIONER

Kepada Yth.

Santriwati Asrama B Ponpes Sunan Kalijogo Malang

Di tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya memohon kesediaan dari Santriwati Asrama B untuk meluangkan waktunya dan membantu memeberikan jawaban pada lembaran kuesioner penelelitian saya. Dalam rangka untuk penelitian SKRIPSI yang berjudul ***Pengaruh Uang Saku dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi*** yang berlokasi dipondok pesantren sunan kalijogo jabung. Maka perkenalkan

Kami berharap dengan kesediaan dan waktu Santriwati Asrama B. Dalam megisi kuesioner ini, akan sangat membantu keberhasilan penelitian. Peneliti sampaikan untuk Santriwati Asrama B ketahui bahwa sesuai dengan etika dalam penelitian, data yang diperoleh akan dijagakerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk kepentingan penelitian. Peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaan Santriwati Asarama B meluangkan waktu dan berkenan mengisi kuesioner.

Wassalamualaikum Wr.Wb

❖ **Petunjuk Pengisian**

Berikan tanda centang (√) pada jawaban yang menurut pendapat anda sesuai.

Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

KUESIONER

❖ **Identitas Responden**

1. Nama responden :
2. Kamar responden :
3. Tingkat Pendidikan :
 (...) SMP
 (...) SMA/SMK
 (...) Mahasiswa
4. Rentang waktu kunjungan dari orang tua atau wali santri (centang salah satu)
 (.....) 1 minggu sekali
 (.....) 2 minggu sekali
 (.....) 1 bulan sekali
5. uang saku yang diterima dari orang tua atau wali santri (centang salah satu)
 (...) 50.000 – 100.000 untuk satu minggu
 (...) 100.000 – 150.000 untuk 2 minggu
 (...) 200.000 – 300.000 untuk satu bulan
 (...) > 300.000 untuk satu bulan

UANG SAKU (X1)

No	Pertanyaan / Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya menggunakan perencanaan keuangan untuk mempertimbangkan biaya pengeluaran sehari-hari					
2	Dengan adanya kebiasaan mengatur pengeluaran keuangan memberikan saya pengetahuan agar lebih berhati-hati dalam mengelola uang					
3	Saya mengelola uang yang diberikan orang tua dengan baik					
4	Saya menerima uang saku setiap minggu/bulan dari orang tua					

5	pendapatan yang saya terima dari orang tua sudah mencukupi kebutuhan sehari hari					
6	uang yang diberikan oleh orang tua saya cukup untuk memenuhi kebutuhan saya					
7	Saya menggunakan uang saku dari orang tua dengan baik					
8	Saya mengeluarkan biaya untuk kebutuhan sekolah/kuliah					
9	Saya mengeluarkan biaya untuk kebutuhanhidup sehari hari					
10	Saya mengeluarkan biaya untuk membayar spp					
11	Saya harus menyisihkan Sebagian uang untuk hal yang tak terduga seperti obat-obatan dan keperluan yang mendesak					
12	Saya mengeluarkan dana yang tidak menentu untuk biaya selama dipesantren					
13	Saya mengeluarkan biaya untuk kebutuhan organisai					

LINGKUNGAN SOSIAL (X2)

No	Pertanyaan / Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya suka membelin produk yang diminati orang banyak					
2	Saya berada dilingkungan yang vmemiliki tingkat konsumsi tinggi					
3	Peran dan status social seseorang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi					

4	Saya tidak keberatan mengeluarkan uang banyak untuk membeli suatu produk					
5	Saya pergi jalan jalan disaat hari libur					
6	Saya sering meminta pendapat teman sebelum membeli sesuatu					
7	Orang tua selalu memberikan barang yang saya butuhkan					
8	Saya senang berbelanja sendiri daripada dengan keluarga					
9	Saya selalu meminta pendapat keluarga sebelum membeli suatu barang					
10	Orang tua membiasakan untuk hidup hemat dan sederhana					
11	Saya tertarik membeli barang karena pernah melihat teman menggunakannya.					
12	Saya menghabiskan waktu luang untuk jalan-jalan dengan teman.					

PERILAKU KONSUMSI (Y)

No	Pertanyaan / Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya membeli produk atas pertimbangan harga					
2	Saya membeli produk karna kemasannya menarik					
3	Saya membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status					
4	Saya memakai produk karena unsur model dan pengiklanan					
5	Menggunakan pakaian yang sesuai dengan kebutuhan beraktivitas					

6	Membeli buku-buku yang sesuai kebutuhan untuk menunjang sarana pembelajaran					
7	Membeli barang-barang yang disukai walaupun kurang berguna					
8	Boros dalam menggunakan pulsa/paket internet untuk suatu yang kurang berguna					
9	Saya membeli beberapa produk kecantikan agar terlihat cantik seperti idola saya					

Lampiran 2 Hasil Kuosioner

NO	Nama Responden	UANG SAKU													TOTAL	LINGKUNGAN SOSIAL													TOTAL	PERILAKU KONSUMSI									TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1		2	3	4	5	6	7	8	9		
1	Hikmah Ayu	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	3	3	5	55	4	4	5	3	5	5	3	3	5	4	3	3	47	5	3	3	5	3	3	5	4	3	34	
2	Naifhatun Rochmaniyah	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43	
3	Nikmatul Khusniah	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	56	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37	
4	Retno	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	3	5	5	57	3	5	3	4	5	4	5	3	5	5	3	5	50	5	4	5	4	5	3	5	5	3	39	
5	Maria Ulfa	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	51	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38	
6	Siri Maria	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	5	5	55	4	3	4	3	5	4	5	3	5	4	3	3	46	5	4	3	4	5	3	5	4	3	36	
7	Ning Riza	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	58	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	51	4	5	5	4	4	4	4	5	4	39	
8	Maghfrotul Abidah	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	51	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	42	4	4	3	4	3	3	4	4	3	32	
9	Lailatul Patriah	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5	3	3	5	56	5	3	5	5	5	4	5	3	5	5	3	3	51	5	3	3	4	5	3	5	5	3	36	
10	Febria Ilma	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5	5	55	5	3	2	4	5	4	4	4	4	5	5	4	48	5	4	3	4	4	4	5	5	4	38	
11	Nur Azizatul Nafiyah	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	59	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	53	5	4	5	4	4	4	4	5	4	39	
12	Aulia Nila Agustini	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	60	5	3	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	52	5	4	4	3	4	5	5	5	5	40	
13	Hidayatul Imani	5	4	4	4	5	3	5	5	5	4	5	3	5	57	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	52	5	5	3	5	4	5	5	4	5	41	
14	Nikmatul Imamah	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
15	Vika Kamelia	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	54	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36	
16	Thoyyiba Comel	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	3	2	4	52	4	2	5	4	4	3	5	3	4	4	5	3	2	44	4	4	2	3	4	5	3	4	5	33
17	Naifah Ayu	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	48	4	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	2	44	4	3	2	3	5	4	4	4	4	33	
18	Rosida Laila Putri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	42	
19	Lilik Mukayati	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	55	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	1	46	5	4	1	3	5	3	5	5	3	34	
20	Lia Silfia	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	3	2	4	52	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	3	2	46	4	2	2	4	4	3	4	5	3	31	
21	Siti Nur Ainia	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	58	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	54	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	40
22	Siska Laila	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	45	4	3	3	4	4	4	4	4	4	33	
23	Wardatul Islamiyah	5	5	5	5	3	4	5	3	5	3	3	5	5	56	3	3	4	4	5	3	4	3	5	5	3	3	45	5	4	3	3	4	3	5	5	3	35	
24	Daimatul Habibah	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	61	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	57	4	5	5	5	5	5	5	5	5	43	
25	Putri Rama Amira	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	56	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	48	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	36	
26	Asyifa Laila Putri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	42	
27	Indi Mela	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3	5	5	5	58	4	3	4	3	5	5	4	3	5	5	3	3	47	5	5	3	5	4	3	5	5	3	38	
28	Lailatul Mukaromah	3	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	56	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	4	52	4	4	4	4	4	5	4	5	5	39	
29	Dianatus Sholihah	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	53	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	
30	Mely Cahya Hima	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	33	
31	Yunita Nur Aini	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	53	4	5	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4	48	4	4	4	5	3	4	4	3	4	35	
32	Anggun Lailatul M	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	55	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	51	5	4	4	4	5	4	5	4	4	39	
33	Desvita Alfiana	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	48	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
34	Daimatul Masadah	4	5	3	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	51	3	5	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	45	3	5	4	4	4	3	3	4	4	33	
35	Siti Khotimah Rofiatul	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	3	4	4	4	4	4	4	4	36	
36	Khoridatul Mukhibbah	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	52	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	48	4	5	4	5	4	3	4	4	4	36	
37	Citra Yuniar	3	5	4	5	3	3	4	5	4	5	3	5	4	53	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	51	4	5	5	5	4	3	4	4	5	3	38
38	Nurul Hawati	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	54	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	49	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	37
39	Siwardandari	5	4	3	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	49	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	47	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38	
40	Sindia	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	55	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	53	4	5	4	5	5	4	4	4	4	38	
41	Khurir In	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	50	3	5	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	46	3	4	4	5	4	4	3	4	4	35	
42	Amisa Nur Azizah	3	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	53	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	5	5	47	4	5	5	3	4	4	5	4	5	39	
43	Lailatul Nabdhah	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	46	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	48	3	3	4	4	4	4	4	3	4	32	
44	Alinda Eka	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	49	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	46	3	3	3	4	4	4	4	3	4	32	
45	Ria Dewi	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	55	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	47	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
46	Aulia Husna Aulia At-Turmi	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	55	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	49	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	37
47	Afrida Afrumi Pirdausy	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
48	Ahliatul Maghfiroh	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	56	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	50	5	5	4	4	4	4	4	5	4	39	
49	Nisa Fadilla	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	3																										

Lampiran 3 Dokumentasi Pengisian Kuesioner Oleh Responden



Lampiran 4 Hasil Uji Statistik

1. uji validitas

X1 (Uang Saku)

Pernyataan	R hitung	R table	Hasil
1	0,354		valid
2	0,283		Valid
3	0,194		Valid
4	0,504	Instrumen disebut valid apabila rhitung > rtabel dengan n = 83. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh rtabel = 0,1818	Valid
5	0,58		Valid
6	0,283		Valid
7	0,645		Valid
8	0,45		Valid
9	0,645		Valid
10	0,504		Valid
11	0,58		Valid
12	0,482		Valid
13	0,645		Valid

X2 (Lingkungan Sosial)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Hasil
1	0,611		valid
2	0,472		Valid
3	0,412	Instrumen disebut valid apabila rhitung > rtabel dengan n = 83. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh rtabel = 0,1818	Valid
4	0,579		Valid
5	0,380		Valid
6	0,528		Valid
7	0,403		Valid
8	0,714		Valid
9	0,38		Valid
10	0,374		Valid
11	0,714		Valid
12	0,639		Valid

Y (Perilaku Konsumsi)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Hasil
1	0,452		Valid
2	0,583	Instrumen disebut valid apabila rhitung > rtabel dengan n = 83. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh rtabel = 0,1818	Valid
3	0,600		Valid
4	0,418		Valid
5	0,527		Valid
6	0,738		Valid
7	0,452		Valid
8	0,456		Valid
9	0,738		Valid

2. Hasil Uji Reliabilitas

X1 (Uang Saku)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	13

X2 (Lingkungan Sosial)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	12

Y (Perilaku Konsumsi)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.723	9

3. Hasil uji asumsi klasik

a) Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

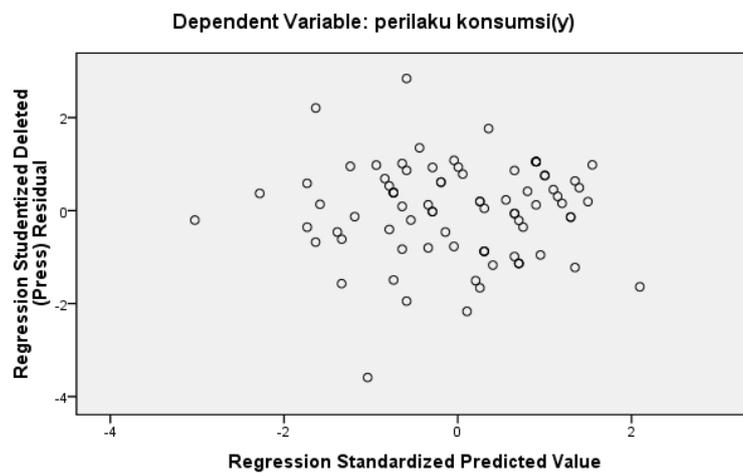
		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08119369
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.824
Asymp. Sig. (2-tailed)		.505

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b) Heteroskedastisitas

Scatterplot



c) Multikorelasi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.164	1.716		-2.427	.017		
X1	.321	.058	.373	5.561	.000	.282	3.549
X2	.480	.053	.611	9.122	.000	.282	3.549

a. Dependent Variable: Y (perilaku konsumsi)

d) Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.948 ^a	.899	.896	1.095	1.844

a. Predictors: (Constant), lingkungan sosial(x2), uang saku(x1)

b. Dependent Variable: perilaku konsumsi(y)

4. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.164	1.716		-2.427	.017
uang saku(x1)	.321	.058	.373	5.561	.000
lingkungan sosial(x2)	.480	.053	.611	9.122	.000

a. Dependent Variable: perilaku konsumsi(Y)

5. hasil uji hipotesis

a) uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.164	1.716		-2.427	.017
	uang saku(x1)	.321	.058	.373	5.561	.000
	lingkungan sosial(X2)	.480	.053	.611	9.122	.000

a. Dependent Variable: perilaku konsumsi(Y)

b) Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	851.035	2	425.518	355.129	.000 ^a
	Residual	95.856	80	1.198		
	Total	946.892	82			

a. Predictors: (Constant), lingkungan sosial(X2), uang saku(x1)

b. Dependent Variable: perilaku konsumsi(Y)

c) uji determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.948 ^a	.899	.896	1.095

a. Predictors: (Constant), lingkungan sosial(X2), uang saku(x1)

b. Dependent Variable: perilaku konsumsi(Y)