

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE
DI FSEI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



Oleh:

SITI KOMALASARI

NIM : 1808204033

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

1443 H / 2022 M

ABSTRAK

SITI KOMALASARI. NIM 1808204033, “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE DI FSEI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”, 2022.

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan tanpa adanya pertimbangan rasional. Perkembangan teknologi digital sangat mempengaruhi kehidupan manusia salah satunya dalam memenuhi kebutuhan. Dengan perkembangannya teknologi digital banyak *e-commerce* yang bermunculan salah satunya Shopee. Dengan adanya Shopee masyarakat tidak terkecuali mahasiswa semakin mudah dalam membeli barang yang mereka butuhkan, namun dengan adanya kemudahan tersebut dapat menimbulkan dampak yang tidak baik yaitu dapat mengakibatkan perilaku konsumtif. Adapun faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dapat berasal dari internal maupun eksternal individu. Faktor internal seperti psikologi dan pribadi. Sedangkan faktor eksternal seperti iklan, konformitas, kelas sosial, budaya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah iklan, konformitas dan kelas sosial berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa pengguna Shopee di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI). Populasi dalam penelitian ini berjumlah 3.203 mahasiswa. Jumlah sampel penelitian ini adalah 355 mahasiswa dengan menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 5%. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25.

Adapun hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara iklan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee di FSEI, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,085 yang bernilai positif dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Terdapat pengaruh antara konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee di FSEI, dengan nilai t_{hitung} sebesar 14,165 yang bernilai positif dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Terdapat pengaruh kelas sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee di FSEI, dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,730 yang bernilai positif dan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$. Terdapat pengaruh secara simultan antara iklan, konformitas dan kelas sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee di FSEI, dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $135,454 > 2,630274$, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga besar pengaruhnya sebesar 53,5% sisanya yaitu 46,5% ditentukan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci: Iklan, Konformitas, Kelas Sosial dan Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

SITI KOMALASARI. NIM 1808204033, “ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CONSUMPTION BEHAVIOR IN STUDENTS USING SHOPEE AT FSEI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”, 2022.

Consumptive behavior is an act of consuming goods or services in excess without any rational consideration. The development of digital technology greatly affects human life, one of which is in meeting needs. With the development of digital technology, many e-commerce sites have sprung up, one of which is Shopee. With Shopee, the community is no exception, it is easier for students to buy the things they need, but with this convenience it can have a bad impact, which can lead to consumptive behavior. The factors that influence consumptive behavior can come from internal or external individuals. Internal factors such as psychology and personal. While external factors such as advertising, conformity, social class, culture. The purpose of this study was to determine whether advertising, conformity and social class partially or simultaneously influence consumer behavior in Shopee users at the Faculty of Sharia and Islamic Economics IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

The subjects of this research are students who use Shopee at the Faculty of Sharia and Islamic Economics (FSEI). The population in this study amounted to 3,203 students. The number of samples in this study were 355 students using the Slovin formula with an error rate of 5%. The research method used in this study is quantitative with a descriptive approach, the types of data used are primary and secondary data. Sampling was carried out by non-probability sampling, namely the sampling technique was purposive sampling. The data analysis used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis using SPSS version 25.

The results of this study are that there is an influence between advertising on consumer behavior in Shopee users at FSEI, with a tcount of 3.085 which is positive and a significance value of $0.002 < 0.05$. There is an influence between conformity to consumer behavior in Shopee users at FSEI, with a tcount of 14.165 which is positive and a significance value of $0.000 < 0.05$. There is an influence of social class on consumptive behavior in students using Shopee at FSEI, with a tcount of 2.730 which is positive and a significance value of $0.007 < 0.05$. There is a simultaneous influence between advertising, conformity and social class on consumer behavior in Shopee users at FSEI, with a value of Fcount $> F_{table}$ or $135,454 > 2,630274$, and a significance value of $0.000 < 0.05$ so the effect is 53,5% the remaining 46,5% is determined by other variables outside this research model.

Keywords: Advertising, Conformity, Social Class and Consumptive Behavior

نبذة مختصرة

سيتي كوما لاساري. **NIM 1808204033** ، "تحليل العوامل التي تؤثر على سلوك الاستهلاك لدى الطلاب الذين يستخدمون SHOPEE في FSEI IAIN SYEKH NURJATI "CIREBON" 2022.

السلوك الاستهلاكي هو فعل استهلاك مفرط للسلع أو الخدمات دون أي اعتبار منطقي. يؤثر تطور التكنولوجيا الرقمية بشكل كبير على حياة الإنسان ، أحدها هو تلبية الاحتياجات. مع تطور التكنولوجيا الرقمية ، ظهرت العديد من مواقع التجارة الإلكترونية ، أحدها Shopee. مع Shopee ، لا يعد المجتمع استثناءً ، فمن الأسهل على الطلاب شراء الأشياء التي يحتاجون إليها ، ولكن مع هذه الراحة يمكن أن يكون لها تأثير سيء ، مما قد يؤدي إلى سلوك استهلاكي. يمكن أن تأتي العوامل التي تؤثر على السلوك الاستهلاكي من أفراد داخليين أو خارجيين. العوامل الداخلية مثل علم النفس والشخصية. بينما العوامل الخارجية مثل الدعاية والتوافق والطبقة الاجتماعية والثقافة.

موضوعات هذا البحث هم الطلاب الذين يستخدمون Shopee في كلية الشريعة والاقتصاد الإسلامي (FSEI). بلغ عدد السكان في هذه الدراسة 3203 طالب وطالبة. بلغ عدد العينات في هذه الدراسة 355 طالباً يستخدمون معادلة Slovin بمعدل خطأ 5%. منهج البحث المستخدم في هذه الدراسة كمي بالمنهج الوصفي ، وأنواع البيانات المستخدمة بيانات أولية وثانوية. تم أخذ العينات عن طريق أخذ العينات غير الاحتمالية ، أي أن أسلوب أخذ العينات كان أخذ العينات هادفة. تحليل البيانات المستخدم هو التحليل الوصفي وتحليل الانحدار الخطي المتعدد باستخدام SPSS الإصدار 25.

نتائج هذه الدراسة هي أن هناك تأثيراً بين الإعلانات على السلوك الاستهلاكي لدى مستخدمي Shopee في FSEI ، مع t_{count} قيمة 3,085 التي لها قيمة موجبة وقيمة أهمية $0.002 < 0.05$. هناك تأثير بين الامتثال للسلوك الاستهلاكي للطلاب الذين يستخدمون Shopee في FSEI ، مع t_{count} من 14.165 التي لها قيمة موجبة وقيمة معنوية $0.000 < 0.05$. هناك تأثير للطبقة الاجتماعية على السلوك الاستهلاكي للطلاب الذين يستخدمون Shopee في FSEI ، بـ 2,730 التي لها قيمة إيجابية وقيمة معنوية $0.007 < 0.05$. هناك تأثير متزامن بين الإعلان والتوافق والطبقة الاجتماعية على السلوك الاستهلاكي للطلاب الذين يستخدمون Shopee في FSEI ، بقيمة $F_{table} < F_{count}$ أو $135.454 < 2.630274$ ، وقيمة دلالة $0.000 < 0.05$ بحيث يكون التأثير 53.5% ، ويتم تحديد نسبة 46.5% المتبقية بواسطة متغيرات أخرى خارج هذا النموذج البحثي.

الكلمات الدالة: الإعلان والمطابقة والطبقة الاجتماعية والسلوك الاستهلاكي

PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE DI FSEI
IAIN SYEKH NURJATI CIREBON

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

Siti Komalasari
NIM : 1808204033

Pembimbing

Pembimbing I,

Pembimbing II,


H. Syaeful Bakhri, SE., M. Si
NIP.19731125 201411 1 002


Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M. Si
NIP.19730107 200901 1 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,


Dr. Layamari SE., M. Si
NIP.19761130 201101 1 002

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara SITI KOMALASARI, NIM : 1808204033 dengan judul **"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE DI FSEI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Menyetujui :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

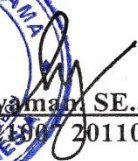

H.Syaeful Bakhri,SE.,M.Si
NIP.19731125 201411 1 002


Dr.Hj.Dewi Fatmasari,M.Si
NIP.19730107 200901 1 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,




Dr.Layanah,SE.,M.Si
NIP.19731107 201101 1 002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE DI FSEI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”, oleh Siti Komalasari, NIM : 1808204033, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 19 Mei 2022.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah (ES) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institut Agama Islam Negari (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah

Ketua Sidang,



Dr. Luvamari SE., M.Si

NIP.197319072011011002

Sekretaris Sidang,

H. A. Otong Busthomi. Lc., M.Ag
NIP.197312232007011022

Penguji I,

Nining Wahyuningsih, S.E., M.M.
NIP. 197309302007102001

Penguji II,

Diana Djuwita, M.M.
NIP.198003142008012018

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Siti Komalasari

NIM : 1808204033

Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 9 Desember 2000

Alamat : Blok 1 Karang Lumu Rt 005/001 Desa Bringin Kecamatan
Ciwaringin Kabupaten Cirebon.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE DI FSEI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini

Cirebon, 16 April 2022

Saya yang Menyatakan,



Siti Komalasari
NIM: 1808204033

KATA PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tak hingga untuk malaikat hidupku yang paling saya cintai dan sayangi yaitu untuk kedua orang tuaku yang aku apanggil dengan sebutan Mama dan Mimi. Mama adalah ayah yang paling hebat dalam hidupku dan Mimi adalah Ibu yang paling sempurna. Mama dan Mimi adalah Sosok yang paling berharga dalam hidupku selama ini. Semua pencapaianku hingga berada dititik ini tanpa pernah lepas dari untaian-untaian do'a yang selalu terpanjatkan oleh kedua orang tuaku. Untuk

Mama dan Mimi yang selalu ada di kisah perjalanan hidupku, Aku ingin mengucapkan terimakasih banyak atas cinta kasih sayangnnya dan terimakasih atas semua nasehat yang selalu diberikan sehingga saya bisa kuat menjalani kehidupan ini.

Semua pencapaian ini merupakan awal perjuangan anakmu untuk menghadapi kerasnya kehidupan yang sesungguhnya. Terimakasih Mama..... Terimakasih

Mimi.....

Untuk adikku tercinta Lutfiyah yang selalu memberikan warna dalam kehidupanku.

Walau jarak umur kita jauh, tetapi terimakasih sudah hadir memberikan banyak pengajaran menjadi diriku yang lebih dewasa, mengalah dan saling berbagi. Yang harus kau tahu kakak sangat menyayangimu.

Kemudian kupersembahkan karya ini untuk Alm Nenekku, Beliau adalah sosok yang berharga dalam hidupku, setelah kedua orang tuaku. Kemudian skripsi ini ku persembahkan untuk keluarga besar yang selalu mendo'akan, Sahabat-sahabat dan teman-temanku.

Dosen pembimbing Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E, M.Si dan Ibu Dr.Hj. Dewi Fatmasari, M.Si yang telah membimbing dan memberikan saran masukan dalam penelitian ini sampai selesai.

MOTTO

“Tiada Hasil Yang Menghianati Usaha”

“Work Hard In Silence, Let Success Be Your Noise”



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Siti Komalasari yang dilahirkan di Cirebon pada tanggal 9 Desember 2000. Penulis adalah anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Ibu Widiyaningsing dan Bapak Mukholip. Alamat tinggal penulis di Jl. Jendral Urip Sumoharjo Blok 1 Karang Lumu RT 005/ Rw 001 Desa Bringin Kecamatan Ciwaringin Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45167.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

1. SDN 2 Bringin pada tahun 2012
2. SMPN 2 Ciwaringin pada tahun 2015
3. SMAN 1 Palimanan pada tahun 2018

Pengalaman organisasi yang pernah diikuti adalah:

1. KIR (Karya Ilmiah Remaja) NEBULA SMAN 1 PALIMANAN
2. IMEIs (Ikatan Mahasiswa Ekonomi Islam)
3. KOPMA (Koperasi Mahasiswa)

Penulis mengikuti program S-1 Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE DI FSEI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”**, dibawah bimbingan Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E, M.Si dan ibu Dr.Hj. Dewi Fatmasari, M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada pemilik kehidupan Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di FSEI IAIN Syekh Nurjati Cirebon”. Dengan berkembangnya teknologi banyak bermunculan e-commerce yang dapat memudahkan kegiatan konsumsi mahasiswa salah satunya Shopee dalam memenuhi kebutuhannya sehingga apabila dalam mengkonsumsi barang tersebut secara berlebihan maka dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Oleh sebab itu diperlukan kajian sebagai dasar pertimbangan mahasiswa dalam melakukan perilaku konsumtif ini. Perilaku konsumtif dapat terjadi oleh beberapa sebab yakni iklan, konformitas dan kelas sosial.

Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan baik berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak yang terlibat. Untuk itu saya mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Dr.H.Sumanta,M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr.H.Aan Jaelani,M.Ag, Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam.
3. Bapak Dr.Layaman,S.E.,M.Si, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak H.Achmad Otong Busthomi,Lc,M.Ag, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah, terimakasih atas segala ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
6. Seluruh staff Jurusan Ekonomi Syariah dan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam yang telah membantu dalam pelayanan sehingga penulis lancar dalam pengurusan administrasi.

7. Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si dan Ibu Dr.Hj.Dewi Fatmasari,M.Si, Selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan serta pertimbangan yang bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Ayahanda Mukholip dan Ibunda Widiyaningsih, Adikku tercinta Lutfiyah, serta keluarga besar penulis yang telah memberikan do'a dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabatku Yuliana 'Ala Millatina yang selalu mensuport dan mendo'akan penulis. Terima kasih untukmu sahabatku yang selalu ada disetiap perjalanan hidup penulis baik suka maupun duka.
10. Junemi dan Khaerunnisa, sahabat dari SMP yang selalu memberikan do'a dan dukungan kepada penulis sehingga penulis selalu termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Isma Ayu Pandan Sari dan Indriawati yang selalu menemani, mendukung dan memotivasi penulis dari awal penyusunan skripsi ini. Dengan penuh kesabaran, perhatian dan pengorbanan membantu penulis demi terselesaikannya skripsi ini. Terimakasih banyak penulis ucapkan untuk kalian berdua yang sangat berjasa dalam perjalanan kuliah penulis.
12. Seluruh teman MIPA 1 SMAN 1 Palimanan angkatan 2015, semua teman Kelas A Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018, seluruh teman-teman IMElS dan serta teman-teman yang telah membantu mengisi dan menyebarkan kuesioner penelitian ini sehingga penelitian ini dapat berjalan lancar.

Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, penulis ucapkan terima kasih. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata kesempurnaan. Semoga amal baiknya diterima dan mendapatkan padahal dari Allah SWT. Aamiin. Penulis bertanggung jawa secara akademik atas penulisan skripsi yang telah diteliti oleh penulis.

Cirebon,16 April 2022

Penyusun,
Siti Komalasari

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
نبذة مختصرة.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
NOTA DINAS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI.....	vii
KATA PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Perilaku Konsumtif.....	10
2. Iklan.....	16

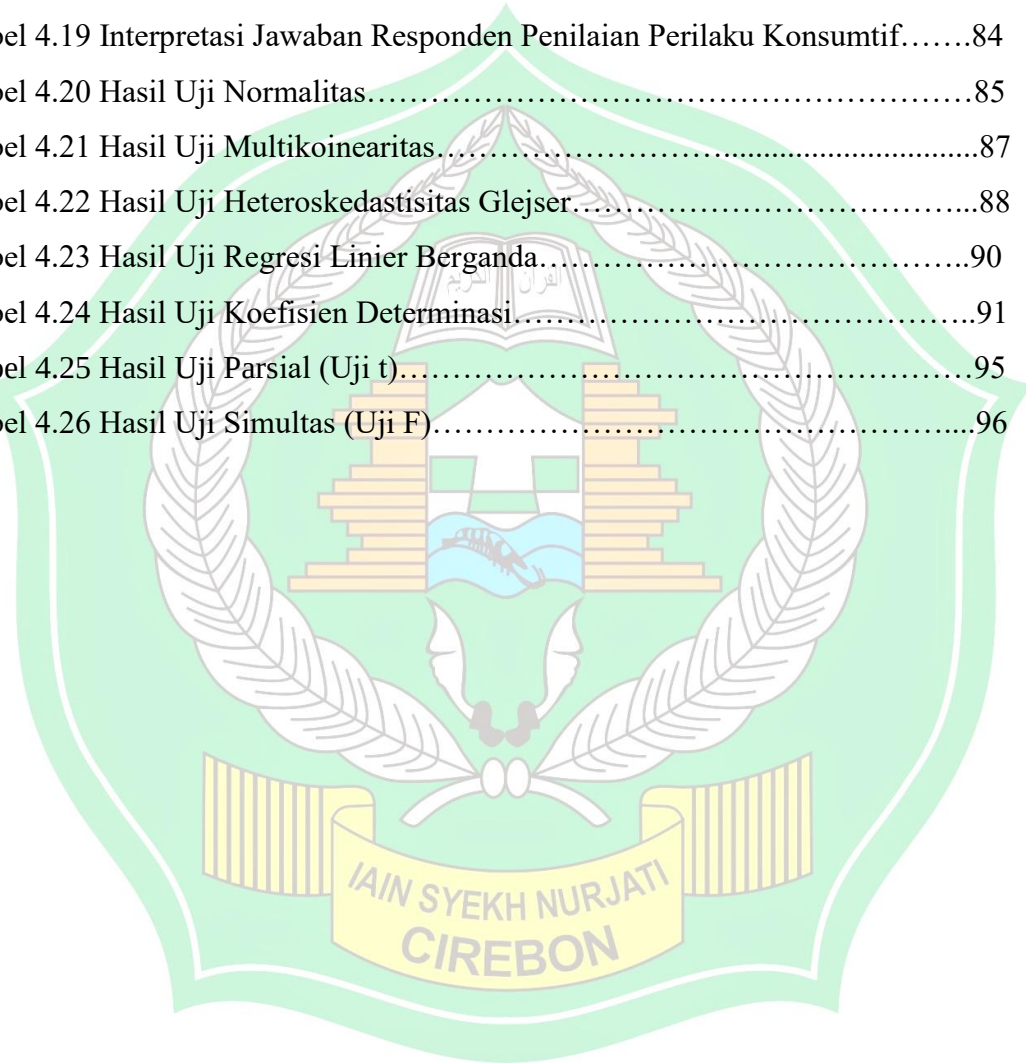
3. Konformitas.....	19
4. Kelas Sosial.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis.....	39
BAB II METODE PENELITIAN.....	42
A. Metode Penelitian.....	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel.....	43
D. Sumber Data.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Variabel Penelitian.....	48
G. Operasional Variabel.....	49
H. Teknik Analisis Data.....	53
1. Uji Instrumen.....	53
a. Uji Validitas.....	53
b. Uji Reliabilitas.....	54
2. Uji Asumsi Klasik.....	55
a. Uji Normalitas.....	55
b. Uji Multikolinearitas.....	55
c. Uji Heterokedastisitas.....	56
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	56
4. Koefisien Determinasi.....	57
5. Uji Hipotesis.....	58
a. Uji t (Parsial).....	58
b. Uji F (Simultan).....	58

BAB IV PEMBAHASAN.....	59
A. Gambaran Umum.....	59
a. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.....	59
b. Shopee.....	61
B. Karakteristik Responden.....	64
C. Hasil Analisis Data Statistik.....	68
1. Hasil Uji Instrumen.....	68
a. Uji Validitas.....	68
b. Uji Reliabilitas.....	71
2. Deskripsi Variabel.....	72
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	85
a. Uji Normalitas.....	85
b. Uji Multikolinearitas.....	87
c. Uji Heterokedastisitas.....	88
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
5. Koefisien Determinasi	91
6. Uji Hipotesis.....	92
a. Uji t (Parsial).....	92
b. Uji F (Simultan).....	95
BAB V PENUTUP.....	102
A. KESIMPULAN.....	102
B. SARAN.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Research GAP Iklan Terhadap Perilaku Konsumtif.....	6
Tabel 1.2 Research GAP Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Rekapitulasi Jumlah Mahasiswa FSEI.....	43
Tabel 3.2 Pembagian Jumlah Sampel Mahasiswa FSEI.....	45
Tabel 3.3 Skala Likert.....	48
Tabel 3.4 Operasional Variabel.....	49
Tabel 3.5 Kriteria Validitas Instrumen.....	53
Tabel 3.6 Kriteria Reliabilitas.....	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku Bulanan.....	67
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Berbelanja di Shopee Setiap Bulan.....	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X1).....	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Konformitas (X2).....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kelas Sosial (X3).....	70.
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Reliabilitas Variabel X1.X2,X3 dan Y.....	71
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jumlah Jawaban Responden Pada Variabel Iklan	72
Tabel 4.13 Interpretasi Jawaban Responden Penilaian Iklan.....	75
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jumlah Jawaban Responden Pada Variabel Konformitas.....	76.
Tabel 4.15 Interpretasi Jawaban Responden Penilaian Konformitas.....	78

Tabel 4.16 Rekapitulasi Jumlah Jawaban Responden Pada Variabel Kelas Sosial.....	78
Tabel 4.17 Interpretasi Jawaban Responden Penilaian Kelas Sosial.....	81
Tabel 4.18 Rekapitulasi Jumlah Jawaban Responden Pada Variabel Perilaku Konsumtif.....	81
Tabel 4.19 Interpretasi Jawaban Responden Penilaian Perilaku Konsumtif.....	84
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
Tabel 4.22 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	88
Tabel 4.23 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	90
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	91
Tabel 4.25 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	95
Tabel 4.26 Hasil Uji Simultas (Uji F).....	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-Rata Pengunjung Web Shopee.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	86
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	89



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Iklan (X1)
- Lampiran 3. Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Konformitas (X2)
- Lampiran 4 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Kelas Sosial (X3)
- Lampiran 5 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Perilaku Konsumtif (Y)
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X1)
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Konformitas (X2)
- Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kelas Sosial (X3)
- Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)
- Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan (X1)
- Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konformitas (X2)
- Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kelas Sosial (X3)
- Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)
- Lampiran 14 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 15 Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganfa
- Lampiran 18 Hasil Uji Parsial (Uji t)
- Lampiran 19 Hasil Uji Simultas (Uji F)
- Lampiran 20. Hasil Koefisien Determinasi
- Lampiran 21 Tabel-r
- Lampiran 22 Tabel t
- Lampiran 23 Tabel F
- Lampiran 24 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 25 SK Penetapan Dosen Pembimbing
- Lampiran 26 Bukti Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 27 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam penelitian ini menggunakan pedoman transliterasi dari Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

2. Vokal rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Contoh:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...يْ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
اَ...وْ	Fathah dan wau	Au	a dan u

- كَتَبَ *kataba*
- فَعَلَ *fa`ala*
- سئِلَ *suila*
- كَيْفَ *kaifa*
- حَوْلَ *hauila*

C. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...اِ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
اِ...يْ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
اِ...وْ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ *qāla*
- رَمَى *ramā*
- قِيلَ *qīla*
- يَقُولُ *yaqūlu*

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. *Ta' Marbutah* hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. *Ta' Marbutah* mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ *raudah al-atfāl/raudahtulatifāl*
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ *al-madīnahal-munawwarah/al
madīnatulmunawwarah*
- طَلْحَة *talhah*

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- نَزَّلَ *nazzala*
- الْبِرُّ *al-birr*

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik di ikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpasempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ *ar-rajulu*
- الْقَلَمُ *al-qalamu*
- الشَّمْسُ *asy-syamsu*
- الْجَلَالُ *al-jalālu*

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ *ta'khuẓu*
- شَيْءٌ *syai'un*
- النَّوْءُ *an-nau'u*
- إِنَّ *inna*

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ *Wa innallāhalahu wa khair ar-rāziqīn/*
Wainnallāhalahu wa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا *Bismillāhi majrehā wa mursāhā*

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdulillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdulillāhirabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānirrahīm/Ar-rahmānar-rahīm

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhugafūrunrahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amrujamī`an/Lillāhil-amrujamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan ke fasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.