

**ANALISIS PENGARUH PRAKTIK *RELIGIUSITAS*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SANTRI DI
PONDOK PESANTREN MAHASISWA BAITUL
JANNAH MALANG**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

ERVINA ROSAMITHA SANDRA DEVI

165020501111072



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH PRAKTIK *RELIGIUSITAS* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF SANTRI DI PONDOK PESANTREN
MAHASISWA BAITUL JANNAH MALANG**

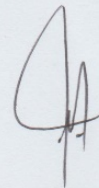
Yang disusun oleh :

Nama : ERVINA ROSAMITHA SANDRA DEVI
NIM : 165020501111072
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang
dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 13 Januari 2020

Malang, 13 Januari 2020

Dosen Pembimbing,



Eddy Suprpto, SE., ME
NIP. 195807091986031002

ANALISIS PENGARUH PRAKTIK *RELIGIUSITAS* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SANTRI DI PONDOK PESANTREN MAHASISWA BAITUL JANNAH MALANG

Ervina Rosamitha Sandra Devi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

Email : ervinarosamitha@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh praktik *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang. Kemudian jenis penelitian ini adalah kuantitatif *explanatory*. Dengan menggunakan metode penelitian analisis regresi logistik sederhana. Data yang diperoleh adalah data primer dari distribusi kuesioner langsung kepada responden dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel praktik *religiusitas* berpengaruh 23,20% terhadap perilaku konsumtif santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang, dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata kunci : Praktik *Religiusitas*, Perilaku Konsumtif.

A. PENDAHULUAN

Kebutuhan hidup manusia sangat beragam baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Dalam kehidupan sehari-hari baik setiap individu maupun masyarakat pasti melakukan kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi ini dilakukan karena adanya keinginan untuk memperoleh suatu barang dan jasa. Tujuan akhir dari kegiatan konsumsi adalah untuk mencapai tingkat kepuasan individu. Pada umumnya barang dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat sesuai dengan tujuan dan manfaatnya. Mulai dari barang pokok seperti makanan, pakaian, rumah, sampai dengan barang mewah seperti perhiasan dan kendaraan. Namun, pada umumnya seseorang tidak akan pernah puas dengan barang atau jasa yang telah diperolehnya.

Dengan perkembangan zaman saat ini seseorang melakukan kegiatan konsumsi bukan lagi karena dasar kebutuhan namun karena untuk kesenangan masing-masing individu, sehingga menyebabkan seseorang boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini menunjukkan identitas diri. (Chita: 2015) Perilaku konsumtif cenderung dilakukan oleh remaja hingga dewasa. Hal ini cenderung terjadi karena tingkat emosional yang kurang stabil, sehingga terbentuk perilaku konsumsi yang berkembang menjadi perilaku konsumtif. Jika setiap individu tidak memiliki kekuatan diri, maka akan terjebak dalam perilaku konsumtif hanya untuk mendapatkan kepuasan. Dengan demikian nilai-nilai agama dalam aspek *religiusitas* menjadi filter terakhir yang dapat melindungi setiap individu agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang menyimpang dari agama. Dalam islam perilaku konsumtif disebut dengan *israf* yang mana artinya berlebihan. Jika seorang muslim menjalankan *religiusitas* agama dengan baik maka dia

akan menghindari perilaku *israf*. (Aravik, 2016) Perilaku *israf* merupakan sikap boros dengan menggunakan harta secara berlebihan.

Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islami yang dikenal oleh masyarakat sebagai lembaga untuk menanamkan nilai-nilai *religiusitas* dalam beragama, yang tujuannya adalah menanamkan kontrol diri dalam masalah keduniawian. Fungsi pesantren sebagai lembaga sosial dan penyiaran agama adalah untuk mentransfer ilmu-ilmu Islam, pemeliharaan tradisi Islam, dan reproduksi ulama. Sebagaimana pesantren lain pada umumnya inti aktivitas pesantren dalam keagamaan yaitu penanaman nilai *religiusitas* terhadap santri. Dalam kaitannya dengan kegiatan ekonomi, lingkungan pesantren seharusnya terhindar dari perilaku konsumtif para santrinya. Namun, dalam faktanya tidak sedikit santri yang tidak menanamkan *religiusitas* dalam kegiatan ekonominya, beberapa santri ditemui cenderung memiliki perilaku konsumtif.

Salah satu objek yang menjadi bahasan peneliti adalah Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang yang santrinya berjumlah 127 santri dengan rata-rata berusia 18-24 tahun, (Taufiq, 2014) usia-usia ini kemungkinan tidak memiliki pendapatan yang tetap kecuali uang saku dari orang tua, mereka juga melakukan kegiatan ekonomi setiap harinya termasuk konsumsi. Konsumsi di kalangan mahasiswa biasanya berpusat pada keperluan perkuliahan seperti membeli buku, foto kopi, print tugas, akses internet, transportasi, konsumsi makanan, serta konsumsi yang bersifat kesenangan bagi mahasiswa yaitu meliputi belanja online, jalan-jalan, pulsa internet, dan sebagainya. Selain kebutuhan pokok para santri dapat dilihat bahwa santri yang mudah mengeluarkan belanja kesenangan termasuk memiliki perilaku konsumtif. Dalam kaitannya dengan perilaku mereka sebagai konsumen, meskipun sebagian besar tidak memiliki penghasilan tetap, namun ternyata mereka memiliki pengeluaran yang cukup besar. Hal ini menunjukkan perilaku konsumtif para santri yang berstatus sebagai mahasiswa cukup tinggi, jika dipengaruhi *religiusitas* maka perilaku konsumtif tersebut dapat dikendalikan.

B. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian *Religiusitas*

(Jalaluddin, 2016) Sedangkan menurut Zakiyah Darajat dalam psikologi agama dapat difahami *religiusitas* merupakan sebuah perasaan, pikiran, dan motivasi yang mendorong terjadinya perilaku beragama. (Putriani, 2015) Dapat diartikan bahwa pengertian *religiusitas* adalah seberapa mampu individu melaksanakan aspek keyakinan agama dalam kehidupan beribadah dan kehidupan sosial lainnya. Dapat disimpulkan bahwa *religiusitas* diartikan sebagai suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya.

Aspek-Aspek *Religiusitas*

(Putriani, 2015) Secara terperinci *religiusitas* memiliki 5 dimensi penting dalam penilaian *religiusitas*:

a. Dimensi keyakinan (ideologis)

Dimensi ini menunjukkan seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agama Islam. Terutama terhadap ajaran yang bersifat fundamental menyangkut keyakinan pada Allah SWT, Malaikat, dan Rasul.

b. Dimensi praktik agama (ritualistik)

Dimensi ini mencakup perilaku ibadah, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen atau tingkat kepatuhan muslim terhadap agama yang dianutnya.

c. Dimensi pengalaman (eksperensial)

Berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau diidentifikasi oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi.

d. Dimensi pengetahuan (intelektual)

Dimensi ini menunjukkan tingkat seberapa pengetahuan dan pemahaman muslim terhadap ajaran pokok dari agamanya.

e. Dimensi pengamalan (konsekuensial)

Dimensi ini mengarah pada akibat-akibat keyakinan agama, praktik, pengalaman, pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Menunjukkan pada tingkatan perilaku muslim yang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agama yang dianutnya.

Pengertian Konsumsi

Kata konsumsi dalam kamus besar ekonomi diartikan sebagai tindakan manusia baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menghabiskan atau mengurangi kegunaan (*utility*) suatu benda pada pemuasan terakhir dari kebutuhannya. (Pindyck, 2012) Teori perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan diantara berbagai barang dan jasa yang tersedia untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka.

Teori Surplus Konsumen

Surplus konsumen mengukur manfaat yang diterima pembeli dari partisipasinya di suatu pasar dan dapat dihitung dengan mencari luas daerah di bawah kurva permintaan dan di atas harga.

Teori Kardinal

(Sukirno, 2016) Teori kardinal menyatakan bahwa kegunaan dapat dihitung secara nominal, sebagaimana menghitung berat dengan gram atau kilogram, panjang dengan centimeter atau meter. Sedangkan satuan ukuran kegunaan (*utility*) adalah util. Nilai kegunaan yang diperoleh dari konsumsi disebut utilitas total (TU).

Teori Ordinal

Pendekatan konsumen ordinal adalah pendekatan yang daya guna suatu barang tidak perlu di ukur, cukup untuk diketahui dan konsumen mampu membuat urutan tinggi rendahnya daya guna yang diperoleh dari mengkonsumsi sekelompok barang.

Kurva Indiferensi

(Rianto, dkk, 2010) Kurva indiferensi adalah kurva yang menunjukkan semua kombinasi produk yang memberikan tingkat kepuasan yang sama pada seseorang.

Kurva Garis Anggaran

(Sukirno, 2016) Garis anggaran (*budget line*) adalah kurva yang menunjukkan berbagai gabungan barang-barang yang dapat dibeli oleh sejumlah pendapatan tertentu.

Pengertian Religiusitas

Terdapat 4 aspek pokok yang terkandung dalam perilaku konsumtif, yaitu:

a. Impulsif (emosional)

Pembelian impulsif adalah perilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau hanya keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa dipertimbangkan dan biasanya bersifat tidak rasional.

b. Pemborosan

Pemborosann adalah perilaku menghambur-hamburkan banyak dana atau uang yang didasari dengan hawa nafsu.

c. *Pleasure seeking*

Perilaku ini berkaitan dengan sifat remaja yang narsistik, yang hanya ingin mencari kesenangan dengan melakukan pembelian dan keinginan eksis dalam kelompoknya.

d. *Satisfaction seeking*

Salah satu perilaku konsumtif ini didasari oleh adanya keinginan untuk selalu lebih dari yang lain. Selalu ada ketidakpuasan dan berusaha untuk mendapat pengakuan dari yang lain dan biasanya diikuti rasa bersaing yang tinggi.

Etika Konsumsi Dalam Islam

(Rianto,dkk, 2010) Adapun etika islam dalam konsumsi adalah sebagai berikut:

a. Kaidah syariah

Berdasarkan kaidah etika konsumsi islam, prinsip kaidah syariah adalah prinsip dasar syariah yang harus terpenuhi bila melakukan konsumsi.

b. Kaidah Kuantitas

Kaidah ini tidak cukup bila barang yang dikonsumsi halal, namun dalam sisi kuantitas (jumlah) nya juga harus dalam batas-batas syariah, yang dalam penentuan kuantitas ini memperhatikan beberapa faktor ekonomis.

c. Kaidah Sosial

Kaidah sosial memiliki dasar maksud tujuan untuk memperhatikan kaidah sosial di lingkungannya agar tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran maka dan beberapa penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

H_0 = Praktik *religiusitas* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang.

H_1 =Praktik *religiusitas* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang.

Hipotesis Statistik

Apakah ada pengaruh praktik *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang.

$H_0 : \beta = 0$

$H_1 : \beta \neq 0$

C. METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh praktik *religiusitas* (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) santri Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang. Sesuai dengan tujuan penelitian tersebut, penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif *explanatory*, dan penelitian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang, Kota Malang, Jawa Timur.

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari penyebaran kuesioner kepada responde yaitusantri Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang. Dengan jumlah populasi 127 santri dan diambil sampelnya sebanyak 56 santri. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi logistik sederhana.

$$\ln \frac{P}{1-p} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots \beta_k X_k$$

$$\text{atau } \frac{P}{1-p} = e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k)}$$

Keterangan :

Ln = Logaritma Natural.

$\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots$ = Persamaan yang biasa dikenal dalam OLS.

P = Probabilitas Logistik.

e = Exponen (yang mana bernilai 2,71828 atau 2,72)

C. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Usia Responden

Tabel 1 : Skala Data Berdasarkan Usia Responden

Skor Data	Usia (th)	Jumlah	Kelas Interval	Kategori
1	18-19	11	1,00-2,00	Remaja pertengahan
2	20-21	35	2,01-3,00	Remaja akhir
3	22-23	9	3,01-4,00	Dewasa awal
4	24	4	4,01-5,00	Dewasa

Sumber: Data primer diolah 2019

Dengan menggunakan kategori di atas, rata-rata skor responden terhadap usia berdasarkan hasil perhitungan adalah 2,05, artinya responden memiliki usia remaja akhir. Yang mana pada usia remaja akhir menuju dewasa mereka mulai mencari identitas diri, dan mudah terpengaruh baik positif maupun negatif. Sehingga terbentuk perilaku konsumsi yang berkembang menjadi perilaku konsumtif. Maka diperlukan adanya *religiusitas* dan praktiknya sebagai filter.

Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Responden

Tabel 2 : Skala Data Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Responden

Skor Data	Uang saku	Jumlah	Kelas Interval	Kategori
1	Rp 100.000- Rp 500.000	16	1,00-1,99	Sangat rendah
2	Rp 500.001- Rp 1.000.000	12	2,00-2,99	rendah
3	Rp 1.000.001- Rp 1.500.000	2	3,00-3,99	Cukup
4	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	3	4,00-4,99	Tinggi
5	>Rp 2.000.000	0	5,00	Sangat tinggi

Sumber: Data primer diolah 2019

Dengan menggunakan kategori di atas, rata-rata skor responden terhadap pendapatan/uang saku berdasarkan hasil perhitungan adalah 2,04, artinya responden memiliki pendapatan/uang saku yang tergolong rendah. Yang mana dengan pendapatan/uang saku yang tergolong rendah tersebut dengan adanya praktik *religiusitas* maka perilaku konsumtifnya dapat terkontrol.

Berdasarkan Sering Belanja di Online Shop

Tabel 3 : Skala Data Sering Belanja di Online Shop

Skor Data	Belanja Online Shop	Jumlah	Kelas Interval	Kategori
1	Setiap hari	7	1,00-2,99	Perilaku konsumtif rendah

2	Satu pekan sekali	15	3,00-4,99	Perilaku konsumtif sedang
3	Satu bulan	34	5,00	Perilaku konsumtif tinggi

Sumber: Data primer diolah 2019

Dengan menggunakan kategori di atas, rata-rata skor responden terhadap belanja online shop berdasarkan hasil perhitungan adalah 2,48, artinya responden memiliki perilaku konsumtif rendah terhadap belanja di online shop. Yang mana responden kurang berminat jika berbelanja melalui online shop.

Uji Validitas

Tabel 4: Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

No	Kode Variabel		r _{hitung}	r _{tabel}	Sig (2-tailed)	Keterangan
1	Religiusitas (X)	X ₁	0,538	> 0,261	0,000	Valid
		X ₂	0,484	> 0,261	0,000	Valid
		X ₃	0,541	> 0,261	0,000	Valid
		X ₄	0,693	> 0,261	0,000	Valid
		X ₅	0,420	> 0,261	0,001	Valid
		X ₆	0,634	> 0,261	0,000	Valid
		X ₇	0,627	> 0,261	0,000	Valid
		X ₈	0,588	> 0,261	0,000	Valid
2	Perilaku Konsumtif (Y)	Y ₁	0,592	> 0,261	0,000	Valid
		Y ₂	0,400	> 0,261	0,002	Valid
		Y ₃	0,523	> 0,261	0,000	Valid
		Y ₄	0,300	> 0,261	0,025	Valid
		Y ₅	0,615	> 0,261	0,000	Valid
		Y ₆	0,636	> 0,261	0,000	Valid
		Y ₇	0,394	> 0,261	0,003	Valid
		Y ₈	0,668	> 0,261	0,000	Valid
		Y ₉	0,659	> 0,261	0,000	Valid
		Y ₁₀	0,703	> 0,261	0,000	Valid
		Y ₁₁	0,510	> 0,261	0,000	Valid
		Y ₁₂	0,586	> 0,261	0,000	Valid
		Y ₁₃	0,338	> 0,261	0,011	Valid
		Y ₁₄	0,612	> 0,261	0,000	Valid
		Y ₁₅	0,437	> 0,261	0,001	Valid
		Y ₁₆	0,336	> 0,261	0,011	Valid

Sumber: Data primer diolah 2019

Dapat disimpulkan bahwa r_{hitung} keseluruhan indikator yang diuji bernilai positif dan lebih besar dari nilai r_{tabel} mempunyai signifikansi < 0,05. Dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai α	Keterangan
1	Religiusitas (X)	0,693	>0,5	Reliabel
2	Perilaku Konsumtif (Y)	0,823		Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2019

Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan baik dalam variable X maupun variable Y memiliki koefisien alpha lebih besar daripada 0,5. Dengan demikian kuesioner pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel atau handal.

Analisis Regresi Logistik Sederhana

Menilai Kelayakan Model Regresi

Tabel 6 : Hosmer dan Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	.000	1	1.000

Sumber: Data primer diolah 2019

Karena angka probabilitas adalah 1.000 yang berarti $> 0,05$, maka H_0 diterima. Hal ini berarti model regresi binary layak dipakai untuk analisis selanjutnya, karena tidak ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati.

Menilai Keseluruhan Model

Tabel 7 : Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	36.692(a)	.094	.177

a Estimation terminated at iteration number 20 because maximum iterations has been reached. Final solution cannot be found.

Sumber: Data primer diolah 2019

Pada angka -2 Log Likelihood, pada awal (Block Number=0) angka -2L adalah 42,198, sedangkan pada Block Number=1 angka -2 Log Likelihood turun menjadi 36,692. Penurunan ini, dimana Likelihood pada regresi binary mirip dengan pengertian '*sum of squared error*' pada model regresi, yang menunjukkan model regresi yang lebih baik.

Menilai Koefisien Regresi

Tabel 8 : Omnibus Test Of Model Coefficients

	Chi-square	df	Sig.
Step 1 Step	5.506	3	.138
Block	5.506	3	.138
Model	5.506	3	.138

Sumber: Data primer diolah 2019

Nilai t tabel dengan $\alpha = 0,5$ dengan $DF = 3$ adalah 0,765. Hasil uji pada kolom chi-square 5,506 $> 0,765$, maka H_0 ditolak yang menunjukkan dengan adanya penambahan variabel independen dapat memberikan pengaruh nyata terhadap model.

Penafsiran dan Prediksi

Tabel 9 : Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1(a) X4	-18.323	25793.371	.000	1	.999	.000

X7	-18.837	19249.244	.000	1	.999	.000
X8	23.195	40192.962	.000	1	1.000	11846816746.160
Constant	15.957	51490.825	.000	1	1.000	8512592.878

Sumber: Data primer diolah 2019

Konstanta sebesar 15,957 menyatakan bahwa praktik *religiusitas* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif santri. Koefisien sebesar 23,195 menyatakan bahwa setiap perubahan perilaku konsumtif santri, maka kemungkinan dipengaruhi oleh aspek pengamalan pada variabel praktik *religiusitas* sebesar 23,20%.

Analisis Pembahasan

Berdasarkan indikator praktik *religiusitas* maka, hasil analisis pembahasan dapat dilihat pada tabel 4 distribusi valid pada pembahasan dan dapat dianalisis sebagai berikut. Indikator praktik *religiusitas* yaitu aspek keyakinan, aspek praktik ibadah, aspek pengalaman, aspek pengetahuan, dan aspek pengamalan dalam item soal indikator yang memiliki pengaruh tinggi terhadap perilaku konsumtif adalah aspek pengamalan, yang artinya jika pengamalan *religiusitas* seseorang rendah meskipun pengetahuan *religiusitasnya* tinggi maka konsumtifnya tinggi. Sehingga dapat dianalisis bahwa indikator aspek pengamalan dalam praktik *religiusitas* seseorang memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 23,20%. Aspek keyakinan, praktik ibadah, dan pengalaman juga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 15,95 %.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Rata-rata skor responden terhadap usia berdasarkan hasil perhitungan adalah 2,05, artinya rata-rata responden memiliki usia remaja akhir. Yang mana pada usia remaja akhir menuju dewasa mereka mulai mencari identitas diri, dan mudah terpengaruh baik positif maupun negatif. Sehingga terbentuk perilaku konsumsi yang berkembang menjadi perilaku konsumtif. Maka diperlukan adanya *religiusitas* dan praktiknya sebagai filter. Pada rata-rata skor responden terhadap pendapatan/uang saku berdasarkan hasil perhitungan adalah 2,04, artinya responden memiliki pendapatan/uang saku yang tergolong rendah. Yang mana dengan pendapatan/uang saku yang tergolong rendah tersebut dengan adanya praktik *religiusitas* maka perilaku konsumtifnya dapat terkontrol. Sedangkan rata-rata skor responden terhadap belanja online shop berdasarkan hasil perhitungan adalah 2,48, artinya responden memiliki perilaku konsumtif rendah terhadap belanja di online shop. Yang mana responden kurang berminat jika berbelanja melalui online shop.

Dalam hasil penelitian ini sebagian santri Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang dapat mempraktikkan *religiusitas* dalam kehidupan sehari-harinya, dan aspek pengamalan *religiusitas* seseorang adalah yang paling mempengaruhi perilaku konsumtif. Praktik *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif santri berpengaruh sebesar 23,20%. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dita Rahayu yang mana hasilnya adalah *religiusitas* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Namun tidak sesuai dengan penelitian Hendriko Pratama, Mu'arif Candra Pranata dan Siti Chatijah Purwanti yang hasilnya adalah *religiusitas* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan memiliki hubungan negatif.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menjawab hipotesis penelitian dan hipotesis statistik dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya praktik *religiusitas* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang. Dan untuk hipotesis statistik adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang mana hasil sampel ini dapat mewakili populasi yang diteliti, maka ada pengaruh praktik

religiusitas terhadap perilaku konsumtif seluruh santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang.

Saran

Bagi Para Santri

Bagi para santri untuk lebih mempraktikkan aspek *religiusitasnya* dalam penerapan aktivitas sehari-hari. Termasuk kegiatan konsumsi, agar tercipta kesesuaian antara uang saku dan pengeluaran. Sebaiknya para santri memajemen keuangan dan membatasi dalam belanja online shop, agar tidak tercipta perilaku konsumtif yang bersifat negatif.

Bagi Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang

Sikap konsumtif yang akan berdampak negatif bagi santri perlu dilakukan kontrol diri. Salah satunya adalah dengan cara membuat kebijakan yang meningkatkan praktik *religiusitas* dalam kegiatan sehari-harinya.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya. Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya lebih lengkap dan berisi dengan alat analisis variabel yang bervariasi.

Batasan Penelitian

Terbatasnya penelusuran dari jawaban responden dalam memilih pertanyaan yang tepat karena kesibukan dan waktu yang singkat yang dimiliki responden dalam menjawab pertanyaan, sehingga masih terdapat kemungkinan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan terjemah.

Aravik Havis. 2016. *Ekonomi Islam*. Malang: Empat Dua.

Asmara Rosihan, Fahriyah, dkk. 2011. *Ekonomi Mikro*. Malang: Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.

Bernheim B Douglas dan Whinston Michael D. 2008. *Microeconomics*. McGraw: New York.

Chatijah Siti. 2007. Hubungan Antara *Religiusitas* Dengan Sikap Konsumtif Remaja, Jurnal HUMANITAS Vol. 4. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Chita Regina C.M, David Lydia, Pali Cicilia . 2015. Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sam Ratulangi, Jurnal E-Bm Vol.3 No.1.

Gumulya Jessica, Widiastuti Mariyana. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Unggul. Jurnal Psikologi Vol. 11 No. 1. Jakarta: Universitas Esa Unggul.

Harlan Johan. 2018. *Analisis Regresi Logistik*. Gunadarma.

Martono Nanang. 2015. *Metode Penelitian Sosial Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Muin M Thaib Thohir Abdul. 1986. *Ilmu Kalam*, Jakarta: Widjaya.

Pindyck Robert S. 2012. *Mikroekonomi Edisi Kedelapan*. Penerbit: Erlangga: Jakarta: Graha Ilmu.

Pranata Mu'rif Candra. 2016. Pengaruh Tingkat *Religiusitas* dan Kelompok Sosial Kampus Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Semester Genap Tahun Ajaran 2015/2016 FEB Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Skripsi. Surabaya: Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Pratama Hendra. 2015. Hubungan *Religiusitas* dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Tingkat Awal Di Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, Skripsi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

Jalaluddin. 2016. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT.RajaGrafindo.

Putriani Yolanda Hani, Shofawati Atina. 2015. Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Aspek *Religiusitas*, Jurnal JESTT Vol.2 No.7 Juli 2015. Surabaya: Universitas Airlangga.

Rahayu Dita. 2017. Pengaruh Kontrol Diri dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sains dan Teknologi Angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Skripsi. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Rianto M. Nur, Amalia Euis. 2010. *Teori Mikroekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Salvatore Dominick.1992. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Sukirno Sadono. 2016. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Press: Jakarta.

Suryabrata Sumardi. 1990. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: CV.Rajawali.

Taufiq Ridony. 2014. Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

