

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Data Penelitian

1. Gambaran Umum Tentang Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

a. Profil Fakultas Syariah IAIN Antasari

Cikal bakal Fakultas Syariah diawali pada tahun 1958, ketika di Banjarmasin berdiri Fakultas Agama Islam di bawah Universitas Lambung Mangkurat (Unlam) yang resmi berdiri pada tanggal 21 September 1958. Ketuanya dijabat oleh H. Abdurrahman Ismail, MA dan H. Mastur Jahri, MA sebagai sekretaris. Setahun kemudian, pada tahun 1959, Fakultas Agama Islam ini berubah menjadi Fakultas Islamologi dan masih tetap di bawah Unlam. Pada tahun 1960 dibentuk Panitia Persiapan Fakultas Syariah Banjarmasin yang diketuai oleh K.H. Abdurrahman Ismail, MA. Sebagai upaya untuk penegerian Fakultas Islamologi Unlam menjadi Fakultas Syariah, Panitia Persiapan Fakultas Syariah Banjarmasin mengutus H.M. Daud Yahya dan Abdurrivai, BA untuk menghadap Menteri Agama K.H.M. Wahib Wahab di Jakarta guna memantapkan usaha yang sedang ditempuh.

Usaha delegasi Panitia Persiapan Fakultas Syariah ini tidak sia-sia, karena dengan keluarnya Keputusan Menteri Agama RI Nomor 28 Tahun 1960 tanggal 24 Nopember 1960 yang ditandatangani sendiri oleh K.H.M. Wahib Wahab diresmikanlah penegerian Fakultas Islamologi Banjarmasin menjadi Fakultas-Syariah Al-Jamiah Al-Islamiyah al-Hukumiyah Yogyakarta Cabang Banjarmasin. Penegerian Fakultas Syariah ini terhitung mulai tanggal 15 Januari 1961 M bertepatan dengan tanggal 27 Rajab 1380 H. Sebagai Dekannya ditetapkan KH. Abdurrahman Ismail, MA.

Walaupun Fakultas Islamologi Banjarmasin telah dinegerikan menjadi Fakultas Syariah Al-Jamiah Al-Islamiyah al-Hukumiyah Yogyakarta Cabang Banjarmasin, keinginan masyarakat Kalimantan Selatan untuk memiliki sebuah perguruan tinggi agama Islam di daerah ini dirasakan belum sepenuhnya terpenuhi. Pada tanggal 20 September 1961 didirikan sebuah Universitas Islam Antasari (Unisan) yang merupakan gabungan Fakultas Ushuluddin di Amuntai, Fakultas Tarbiyah di Barabai, dan Fakultas Syariah di Kandangan dan pada Tahun 1962 ditambah fakultas baru, yaitu Fakultas Publisistik di Banjarmasin. Pengumuman berdirinya Unisan dibacakan oleh Gubernur Kalimantan Selatan, H. Maksid, pada tanggal 17 Mei 1962 di lapangan Dwiwarna Barabai pada peringatan Hari Proklamasi ALRI Divisi IV Pertahanan Kalimantan ke-13.

Adanya Fakultas Syariah Al-Jamiah Al-Islamiah al-Hukumiyah Yogyakarta Cabang Banjarmasin dan berdirinya Unisan sebagai modal utama untuk mendirikan IAIN Antasari. Melalui proses perjuangan panjang dan berbagai pendekatan dengan Pemerintah Pusat, maka pada tanggal 20 November 1964 berdasar pada Keputusan Menteri Agama Nomor 89 Tahun 1964 diresmikanlah Pembukaan IAIN Al Jam'iah Antasari yang berkedudukan di Banjarmasin dengan Rektor pertama H. Jafry Zamzam dengan sekaligus menetapkan pimpinan-pimpinan fakultasnya masing-masing, yaitu: H. Abdurrahman Ismail sebagai Fakultas Syariah Banjarmasin, H. Usman sebagai Dekan Fakultas Syariah Kandangan, H.M. As'ad Fakultas Tarbiyah Barabai, dan H. Abdul Wahab Sya'rani sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin Amuntai.

Dengan adanya Keputusan Menteri Agama Nomor 89 Tahun 1964 ini berarti Fakultas Syariah IAIN Al Jam'iah Antasari mempunyai dua cabang, yaitu Fakultas Syariah Banjarmasin dan Fakultas Syariah Kandangan. Fakultas Syariah yang berada di Banjarmasin sejak tahun 1961 sampai tahun 1965 menempati Kantor di Jalan Lambung Mangkurat bersama bersama tiga fakultas lainnya dari Universitas Lambung Mangkurat. Proses perkuliahan menggunakan gedung bekas Kodam X Lambung Mangkurat di Jalan Lambung Mangkurat Banjarmasin. Pada Tahun 1965, kantor Fakultas Syariah dan sebagian perkuliahan dipindahkan ke gedung Sekolah Menengah Islam Atas (SMIA) di Jalan Sungai Mesa Darat. SMIA dimaksud kemudian menjadi Sekolah Persiapan IAIN dan terakhir menjadi Madrasah Aliyah Negeri 1 Banjarmasin. Sebagai lembaga pendidikan yang masih muda, kelengkapan sumber daya manusia masih dirasakan sebagai masalah.

Dalam pada itu, Kantor Fakultas Syariah Kandangan semula menumpang pada Kantor Front Nasional (sekarang Pengadilan Negeri Kandangan), sedangkan tempat perkuliahan pada Gedung PGA enam tahun di Hamawang Kiri, kemudian pada tahun 1970 pindah ke gedung milik Pemerintah Daerah yang terletak di Jalan Singakarsa Kandangan.

Fakultas Syariah Kandangan berdiri bertepatan dengan diresmikannya IAIN Al Jam'iah Antasari. Karena statusnya sebagai perguruan tinggi Islam negeri, sebagian besar mahasiswa Fakultas Adab (semula bernama Akademi Agama Islam dan Bahasa Arab) Kandangan pindah ke Fakultas Syariah Kandangan. Sejak berdiri sampai integrasi pada tahun 1978, Fakultas Syariah IAIN Al Jam'iah Antasari Kandangan hanya menyelenggarakan program Sarjana Muda. Mahasiswa yang ingin melanjutkan program sarjana lengkap kebanyakan melanjutkan ke Fakultas Syariah IAIN Al Jam'iah Antasari Banjarmasin.

Perlu dijelaskan bahwa sewaktu Fakultas Syariah Kandangan dinegerikan yang diangkat hanya Dekan yang akan memimpin. Dekan yang ditunjuk saat itu adalah KH. Usman (Lahir di Amuntai tahun 1911 dan meninggal pada usia 74 tahun di Kandangan tahun 1985), Mufti Kandangan. Sama sekali belum ada pengangkatan dosen-dosen tetap. Pegawai administrasi pun merupakan tenaga honorer. Hanya ada beberapa Pegawai Negeri Sipil yang diperbantukan dari Pemerintah Daerah Kabupaten Kandangan. Menurut penjelasan salah seorang pegawai Fakultas Syariah Kandangan, Murniansyah, bahwa kelangsungan perkuliahan, baik untuk gaji dosen

dan karyawan, maupun untuk pembangunan fisik lebih banyak mengandalkan bantuan/donasi dari masyarakat yang peduli dengan kelangsungan pendidikan agama Islam dan bantuan pemerintah daerah setempat, selain Sumbangan Pendidikan Pendidikan (SPP) dari mahasiswa.

Pada tahun 1966, tidak lama setelah peristiwa G.30.S/PKI Kantor Pusat IAIN, termasuk Kantor Fakultas Syariah, menempati sebagian gedung Sekolah Tonghoa/WNA RRC yang telah diambilalih oleh Penguasa Daerah Kalimantan Selatan saat itu.

Pada Pelita I tahun 1969/1970 dan 1970/1971, IAIN Antasari membangun satu unit gedung kuliah bertingkat II seluas 1.480 m² yang terdiri dari 12 ruang/lokal. Bangunan tersebut terletak di Jalan Ahmad Yani KM. 4,5 Banjarmasin, di atas areal tanah seluas 10 ha (1.729 m²) yang diperoleh dari Bantuan Pemerintah Kalimantan Selatan.

Pada tahun 1971/1972, dibangun pula sebuah unit gedung untuk perkantoran seluas 500 m² dengan 6 buah ruang (sekarang di atas tanah yang sama dibangun menjadi Pusat Sumber Belajar IAIN Antasari). Tidak lama setelah gedung perkantoran tersebut selesai dibangun, maka pada hari Kamis tanggal 30 Maret 1972, Kantor Pusat IAIN beserta fakultasnya, begitu pula Fakultas Syariah, dipindahkan ke Jalan Ahmad Yani KM. 4,5 Banjarmasin.

Pada tahun 1978 dilakukan integrasi konsentrasi kegiatan akademik Fakultas Syariah Kandangan ke Fakultas Syariah Banjarmasin. Sebagian dosen dan karyawan sebagian ikut pindah ke Banjarmasin dan sebagian pegawai Pemda kembali ke instansinya. Barang-barang inventaris/aset, termasuk buku-buku perpustakaan sumbangan masyarakat, mahasiswa, dan para jemaah haji, sebanyak 2 truk turut diangkut ke Banjarmasin. Pegawai yang ditugaskan untuk membawa barang inventaris/aset tersebut adalah Bapak Murniansyah. Akan tetapi, sangat disayangkan data-data penting tertulis mengenai jumlah dosen, mahasiswa, dan alumni Fakultas Syariah Kandangan tidak diketemukan lagi kecuali mengandalkan ingatan para pegawainya.

Setelah Kantor Pusat dan seluruh kegiatan perkuliahan dipindahkan ke Jalan Ahmad Yani KM. 4,5 Banjarmasin, begitu juga fakultas-fakultas yang berada di daerah, termasuk Syariah Kandangan, diintegrasikan ke Banjarmasin, maka gedung-gedung dikembalikan kepada Yayasan atau Pemerintah Daerah setempat.

Dari perjalanan sejarah IAIN Antasari kelihatan bahwa Fakultas Syariah adalah fakultas yang paling awal berdiri di daerah ini. Fakultas inilah yang menjadi modal dikemudian hari untuk berdirinya IAIN Antasari di samping fakultas-fakultas swasta yang ada di daerah.¹

¹Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Iain Antasari Banjarmasin, Profil Fakultas Syariah Iain Antasari, [http://syariah.iain-antasari.ac.id/sejarah-singkat/\(05 mei 2016\)](http://syariah.iain-antasari.ac.id/sejarah-singkat/(05%20mei%202016))

b. Visi dan Misi Fakultas Syariah dan ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin

1) Visi

Visi Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin adalah sebagai **Pusat Pengembangan Ilmu Kesyarifan Yang Kompetitif, Unggul dan Berkarakter.**

2) Misi

- a) Meningkatkan kualitas penyusunan dan perumusan konsep kebijaksanaan dan perencanaan program fakultas untuk mencapai tujuan dan mewujudkan visi fakultas;
- b) Melaksanakan kegiatan pendidikan dan pengajaran ilmu pengetahuan agama Islam dan ilmu lain yang terkait;
- c) Melaksanakan penelitian dalam rangka pengembangan ilmu agama Islam dan ilmu lain yang terkait;
- d) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat;
- e) Melaksanakan pembinaan kemahasiswaan;
- f) Melaksanakan pembinaan *civitas academica* dan hubungan dengan lingkungan;
- g) Melaksanakan kerjasama dengan perguruan tinggi dan/atau lembaga lain;
- h) Melaksanakan pengendalian dan pengawasan kegiatan fakultas;
- i) Menyelenggarakan administrasi Fakultas;

- j) Melaksanakan penilaian prestasi dan proses penyelenggaraan kegiatan serta penyusunan laporan².

2. Identitas Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para mahasiswa/i Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin. Hasil kuesioner yang dibagikan adalah 95 responden. Adapun identitas responden jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, usia, jurusan, angkatan, pekerjaan, penghasilan atau pemberian yang didapat setiap bulan, pengeluaran setiap belanja, dan berapa kali dalam sebulan (banyaknya berkunjung).

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	F	%
1	Laki-laki	32	33.7%
2	Perempuan	63	66.3%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas diketahui jumlah responden laki-laki sebanyak 32 responden (33%), sedangkan jumlah responden perempuan adalah sebanyak 63 responden (66.3%) dari total responden. Jumlah Responden perempuan lebih banyak dari pada jumlah responden laki-laki.

²Kebag Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, *Laporan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin 2015* (Banjarmasin: Kebag Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, 2015), hlm. 3-4.

b. Usia Responden

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	F	%
1	18-20 tahun	41	43.2 %
2	20-25 tahun	54	56.8 %
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui jumlah responden yang berusia 18-20 tahun ada 41 responden (43.2%), sedangkan responden yang berusia 20-25 tahun ada 54 responden (56.8%).

c. Jurusan Responden

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Populasi Mahasiswa	Sampel	%
1	Hukum Keluarga (HK)	306	19	19.1%
2	Perbandingan Mazhab (PM)	48	3	3.2%
3	Hukum Tata Negara (HTN)	72	4	4.3%
4	Hukum Ekonomi Syariah(HES)	81	5	5.3%
5	Ekonomi Syariah (ESY)	394	23	24.5%
6	Perbankan Syariah (PS)	594	35	37.2%
7	D3 Perbankan Syariah (D3 PS)	92	5	5.3%
8	Asuransi Syariah (ASY)	18	1	1.1%
Total		1.605	95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui dari jumlah mahasiswa 306 orang pada jurusan HK ada 19 responden (19,1%), jumlah mahasiswa 48 orang pada jurusan PM ada 3 responden (3.2%), jumlah mahasiswa 72 orang pada jurusan HTN ada 4 responden (4.3%), jumlah mahasiswa 81 orang pada jurusan HES ada 5 responden (5.3%), jumlah mahasiswa 394 orang pada jurusan ESY ada 23 responden (24,5%), jumlah mahasiswa 594 orang pada jurusan PS ada 35 responden (37,2%), jumlah

mahasiswa 92 orang pada jurusan D3PS ada 5 responden (5.3%), dan terakhir jumlah mahasiswa 18 orang pada jurusan ASY ada 1 responden (1.1%). Jadi jumlah total seluruh mahasiswa adalah 1.605 orang dan menjadi sampel sebanyak 95 orang.

d. Angkatan Responden

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	F	%
1	2012	42	44.2%
2	2013	27	28.4%
3	2014	24	25%
4	2015	2	1.8%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 dari jumlah responden 95 orang. Maka diperoleh data bahwa jumlah responden pada angkatan 2012 ada 42 responden (44.2%), pada angkatan 2013 ada 27 responden (28.4%), angkatan 2014 ada 24 responden (25%), dan angkatan 2015 ada 2 responden (1.8%).

e. Pekerjaan Responden

Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	F	%
1	Ibu rumah tangga	0	0%
2	Mahasiswa	92	96.8%
3	Wiraswasta	2	2.1%
4	Lainnya guru	1	1.1%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.5 dari jumlah responden 95 orang, diperoleh data yang berprofesi selain sebagai mahasiswa juga sebagai ibu rumah tangga ada 0 responden

(0%), hanya sebagai mahasiswa ada 92 responden (96.8%), sebagai wiraswasta ada 2 responden (2.1%), dan lainnya ada 1 responden (1.1%).

f. Penghasilan Responden

Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	F	%
1	<Rp1000.000	54	56.8%
2	Rp1.500.000-Rp2.500.000	28	29.5%
3	Rp2.500.000-Rp5.000.000	4	4.2%
4	Rp5.000.000	6	6.3%
5	Lainnya.....	3	3.2%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.6 dari jumlah responden 95 orang, diperoleh data yang berpenghasilan/pemberian dari orang tua atau dari bekerja sendiri. Kisaran penghasilan/pemberian <Rp1000.000 ada 54 responden (56.8%), kisaran penghasilan/pemberian Rp1.500.000-Rp2.500.000 ada 28 responden (29.5%), kisaran penghasilan/pemberian Rp2.500.000-Rp5.000.000 ada 4 responden (4.2%), kisaran penghasilan/pemberian Rp5.000.000 ada 6 responden (6.3%), sedangkan yang menyatakan lainnya ada 3 responden (3.2%).

g. Pengeluaran Responden

Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap KaliKunjungan

No	Pengeluaran	F	%
1	±Rp50,000 – Rp200,000	60	63.2%
2	>Rp200,000- Rp500,000	23	24.2%
3	>Rp500,000	12	12.6%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 Dari jumlah responden 95 orang, diperoleh data pengeluaran setiap kali kunjungan dari kisaran \pm Rp50,000 – Rp200,000 ada 60 responden (63.2%), pengeluaran setiap kali kunjungan dari kisaran >Rp200,000-Rp500,000 ada 23 responden (24.2%), dan pengeluaran setiap kali kunjungan dari >Rp500,000 ada 12 responden (12.6%).

h. Jumlah Kunjungan Responden

Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah KunjunganPerbulan

No	Jumlah kunjungan	F	%
1	1-5 kali	85	89.5%
2	5-10 kali	10	10.5%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.8 dari jumlah responden 95 orang, diperoleh data jumlah kunjungan setiap bulan dari kisaran 1 – 5 kali ada 85 responden (89.5%), dan pengeluaran setiap kali kunjungan dari kisaran 5 – 10 kali ada 10 responden (10.5%)

3. Analisis Deskripsi Variabel

Berdasarkan hasil pengumpulan data jawaban responden, maka gambaran yang berkaitan dengan dua variabel penelitian yang terdiri dari Pasar Modern (X), dan Perilaku Konsumtif (Y) mendapat beragam respon. Hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Penjelasan responden terhadap variabel pasar modern (X)

1) Indikator produk

Tabel 4.9. Keragaman Produk

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	10	11%
4	Setuju	65	68%
5	Sangat Setuju	20	21%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa ada 65 responden (68%) menyatakan setuju bahwa keragaman produk atau barang yang dijual memiliki variasi jenis barang yang beragam. Selain itu sebanyak 20 responden (21%) menyatakan sangat setuju, dan 10 responden (11%) menyatakan netral. Berdasarkan tabel di atas bisa dikatakan bahwa keragaman produk atau barang yang dijual memiliki variasi jenis barang yang beragam sehingga mereka tertarik ke pasar modern, itu terbukti dengan mendominasinya responden yang menyatakan setuju.

Tabel 4.10. Mutu Produk

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	4	4%
3	Netral	31	33%
4	Setuju	53	56%
5	Sangat Setuju	7	7%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa, sebanyak 53 responden (56%) dari total responden menyatakan setuju bahwa mutu produk dan kualitas produk

sudah jelas. Sebanyak 7 responden (7%) menyatakan sangat setuju, sedangkan 31 responden (33%) menyatakan netral, dan 4 responden (4%) menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Dari pernyataan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat mutu dan kualitas produk sudah jelas. Terbukti dari jawaban responden yang mendominasi setuju.

Tabel 4.11. Pelayanan

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	13	14%
4	Setuju	56	59%
5	Sangat Setuju	26	27%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas diketahui bahwa sebanyak 56 responden (59%) menyatakan setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa pelayanan dari segi adanya pendingin udara yang sejuk, nyaman dan bersih maupun pelayanan para pegawai dari pramuniaga sampai kasir. Sebanyak 26 responden (27%) menyatakan sangat setuju, dan 13 responden (14%) menyatakan netral dengan pernyataan tersebut. Berdasarkan jawaban responden bahwa pelayanan dari segi adanya pendingin udara yang sejuk, nyaman dan bersih maupun pelayanan para pegawai dari pramuniaga sampai kasir sudah baik, itu terbukti dengan mendominasinya pernyataan setuju dan sangat setuju dari responden.

Tabel 4.12. Jaminan

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	3	3%
3	Netral	31	33%
4	Setuju	48	51%
5	Sangat Setuju	14	14%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas diketahui bahwa, sebanyak 48 responden (51%) menyatakan setuju bahwa barang yang dijual mempunyai kualitas baik atau terjamin karena melalui penyeleksian yang ketat. Sebanyak 13 responden (14%) menyatakan sangat setuju, 31 responden (33%) menyatakan netral dan 3 responden (3%) menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. berdasarkan tabel di atas bahwa barang yang dijual memang mempunyai kualitas yang baik, itu terbukti dari jawaban responden yang mendominasinya pernyataan setuju.

2) Indikator Harga

Tabel 4.13. Daftar Harga

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	14	15%
4	Setuju	58	61%
5	Sangat Setuju	22	23%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas diketahui bahwa sebanyak 58 responden (61%) menyatakan setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa terdapat daftar harga pada setiap barang yang ingin dibeli/ terdapat label harga. Sebanyak 22 responden

(23%) menyatakan sangat setuju, 14 responden (15%) menyatakan netral dan 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa memang terdapat daftar harga pada setiap barang yang ingin dibeli/ terdapat label harga, itu terbukti dari jawaban responden yang mendominasi pernyataan setuju dan sangat setuju atas pernyataan tersebut.

Tabel 4.14. Diskon

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	15	16%
4	Setuju	53	56%
5	Sangat Setuju	25	26%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak 53 responden (56%) menyatakan setuju, 25 responden (26%) menyatakan sangat setuju, 15 responden (16%) menyatakan netral dan 2 responden (2%) menyatakan tidak setuju bahwa pada bulan/hari/acara tertentu pasar modern mengadakan diskon untuk beberapa produk pilihan. Tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa memang pada bulan/hari/acara tertentu pasar modern mengadakan diskon untuk beberapa produk pilihan, itu terbukti dengan mendominasinya pernyataan setuju dan sangat setuju dari responden.

Tabel 4.15. Potongan Harga

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	6	6%
3	Netral	28	29%
4	Setuju	39	41%
5	Sangat Setuju	21	22%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.16 di atas diketahui bahwa, sebanyak 39 responden (41%) menyatakan setuju bahwa terdapat potongan harga atas barang apabila membeli dengan jumlah tertentu. Sebanyak 21 responden (22%) menyatakan sangat setuju, 28 responden (29%), ada 6 responden (6%) dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju akan pernyataan tersebut. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa memang benar bahwa terdapat potongan harga atas barang apabila membeli barang dengan jumlah tertentu, itu terbukti dengan mendominasinya jawaban responden yang menyatakan setuju.

Tabel 4.16. Pembayaran Periode

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	3	3%
3	Netral	28	29%
4	Setuju	45	47%
5	Sangat Setuju	18	19%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, dapat kita lihat bahwa 45 responden (47%) dari total responden menyatakan setuju, 18 responden (19%) menyatakan sangat setuju, bahwa mereka mendapatkan kemudahan dengan bisa membayar dengan kartu kredit.

Sedangkan masih ada 28 responden (29%) menyatakan netral, 3 responden (3%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Berdasarkan jawaban responden di atas masih ada responden yang menyatakan tidak mendapatkan kemudahan dengan bisa membayar dengan kartu kredit. Terbukti dengan adanya jawaban responden netral atas pernyataannya. Meskipun begitu 44 responden menyatakan setuju mereka mendapatkan kemudahan dengan bisa membayar dengan kartu kredit.

Tabel 4.17. Syarat Kredit

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	3	3%
2	Tidak Setuju	12	13%
3	Netral	37	39%
4	Setuju	35	37%
5	Sangat Setuju	8	8%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.18 dari data di atas, diketahui bahwa 37 responden (39%) menyatakan netral, 35 responden (37%) menyatakan setuju, 8 responden (8%) menyatakan sangat setuju, 12 responden (13%) menyatakan tidak setuju dan 3 responden (3%) menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan bahwa mereka dapat membeli barang elektronik di pasar modern dapat mencicil perbulan/syarat kredit.

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa mereka tidak dapat membeli barang elektronik di pasar modern dengan cara kredit/cicilan, terlihat dari

jawaban responden yang mendominasi pernyataan netral. Ini bisa terjadi karena bisa jadi tidak semua pasar moden menerapkan atau bisa mencicil setiap bulan.

3) Indikator Distribusi

Tabel 4.18. Lokasi

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	3	3%
3	Netral	12	13%
4	Setuju	60	63%
5	Sangat Setuju	20	21%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.19 dari data di atas, diketahui bahwa 60 responden (63%) menyatakan setuju bahwa lokasi mudah dijangkau, aman, nyaman dan bersih. 20 responden (21%) menyatakan sangat setuju, 12 responden (13%) menyatakan netral, dan 3 responden (3%) menyatakan tidak setuju atas pernyataan tersebut.

Berdasarkan di atas dapat di simpulkan bahwa memang benar pasar modern lokasi mudah dijangkau, aman, nyaman dan bersih, itu terbukti dari jawaban responden yang mendominasi pernyataan setuju dan sangat setuju. Meskipun sebagian responden menyatakan netral dan tidak setuju atas pernyataan tersebut.

Tabel 4.19. Sediaan

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	16	17%
3	Netral	48	51%
4	Setuju	24	25%
5	Sangat Setuju	6	6%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui bahwa ada 24 responden (25%) menyatakan setuju bahwa mereka membenarkan barang selalu tersedia dengan lengkap tidak ada kekurangan. Selain itu sebanyak 6 responden (6%) menyatakan sangat setuju, 48 responden (51%) menyatakan netral, 16 responden (17%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan di atas.

Berdasarkan jawaban responden masih ada kekurangan pada barang tidak selalu yang dicari itu selalu ada namun masih cukup lengkap, terbukti dari jawaban responden yang mendominasi pernyataan netral atau cukup lengkap.

Tabel 4.20. Logistik

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	8	8%
3	Netral	48	51%
4	Setuju	31	33%
5	Sangat Setuju	7	7%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.21 di atas diketahui bahwa, sebanyak 31 responden (33%) menyatakan setuju bahwa mereka membenarkan berbelanja dipasar modern mendapatkan barang yang tepat, pada waktu yang tepat, dan kondisi keuangan yang

tepat. Sebanyak 7 responden (7%) menyatakan sangat setuju, 48 responden (51%) menyatakan netral, 8 responden (8%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan di atas dapat disimpulkan bahwa berbelanja di pasar modern mendapatkan barang yang tepat, pada waktu yang tepat, dan kondisi keuangan yang tepat pernyataan itu tidak sepenuhnya benar, terbukti dari jawaban responden yang mendominasi pernyataan netral atau tidak sepenuhnya benar.

Tabel 4.21. Cakupan

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	6	6%
3	Netral	45	47%
4	Setuju	36	38%
5	Sangat Setuju	7	7%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.22 di atas diketahui bahwa, sebanyak 45 responden (47%) menyatakan netral atau cukup setuju bahwa cakupan distribusi selalu luas sehingga barang yang disediakan terbilang lengkap. Sebanyak 36 responden (38%) menyatakan setuju, 7 responden (7%) menyatakan sangat setuju, 6 responden (6%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan tersebut.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan tidak begitu benar kalau cakupan distribusi selalu luas sehingga barang disediakan terbilang lengkap, itu terbukti dengan jawaban responden yang mendominasi netral atau cukup setuju.

Meskipun sebanyak 36 responden menyatakan setuju bahwa cakupan distribusi dipasar modern itu luas.

Tabel 4.22. Transfortasi

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	7	7%
3	Netral	46	48%
4	Setuju	34	36%
5	Sangat Setuju	8	8%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.23 di atas diketahui bahwa 9 responden (9.5%) menyatakan sangat setuju bahwa transportasi pengangkut barang dipasar modern terbilang mudah untuk mencapai pasar modern sehingga barang yang dijual selalu tersedia, 34 responden (36%) menyatakan setuju, sebanyak 46 responden (48%) menyatakan netral, dan 7 responden (7%) menyatakan tidak setuju atas pernyataan tersebut.

Berdasarkan tabel di atas bisa dikatakan bahwa bahwa transportasi pengangkut barang di pasar modern terbilang mudah untuk mencapai pasar modern sehingga barang yang dijual selalu tersedia itu hanya cukup baik dari segi pengangkutannya, terbukti dari jawaban responden netral dan tidak setuju sebanyak 48% dari jumlah responden.

4) Indikator Promosi

Tabel 4.23. Periklanan

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	9	9%
3	Netral	29	31%
4	Setuju	51	54%
5	Sangat Setuju	6	6%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.24 di atas diketahui bahwa 51 responden (54%) menyatakan setuju, 29 responden (31%) menyatakan netral atau cukup setuju, 6 responden (6%) menyatakan sangat setuju, dan 9 responden (9%) menyatakan tidak setuju atas pernyataan mereka ke pasar modern karena melihat iklan melalui pamphlet, brosur, internet maupun televisi yang menampilkan iklan diskon, cuci gudang maupun potongan harga pada barang tertentu.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa mereka ke pasar modern karena melihat iklan melalui pamphlet, brosur, internet maupun televisi yang menampilkan iklan diskon, cuci gudang maupun potongan harga pada barang tertentu sehingga mereka ke pasar modern sebab ketertarikan iklan, hal ini dapat dibuktikan dengan jawaban responden yang mendominasi setuju, meskipun ada mengatakan tidak setuju atau netral.

Tabel 4.24. Promosi Penjualan

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	8	8%
3	Netral	19	20%
4	Setuju	59	62%
5	Sangat Setuju	8	8%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.25 di atas dapat diketahui bahwa 59 responden (62%) menyatakan setuju, 8 responden (8%) menyatakan sangat setuju, 19 responden (20%) menyatakan netral, 8 responden (8%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan bahwa mereka kepasar modern karena di sana sering mengadakan promosi penjualan seperti beli 1 gratis 1.

Hasil jawaban responden dapat dikatakan bahwa mereka ke pasar modern karena adanya promosi penjualan seperti beli 1 gratis 1, dapat dilihat dari jawaban responden yang menjawab setuju dan sangat setuju yang sangat mendominasi jawaban sebanyak 70% dari jumlah responden, meskipun begitu ada yang menjawab netral atau cukup setuju atas pernyataan tersebut artinya tidak semua orang tertarik kepasar modern karena adanya promosi penjualan.

Tabel 4.25. Hubungan Masyarakat

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	12	13%
3	Netral	35	37%
4	Setuju	44	46%
5	Sangat Setuju	4	4%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.26 di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak 44 responden (46%) menyatakan setuju, dan ada 4 responden (4%) menyatakan sangat setuju bahwa mereka kepasar modern karena seringnya mengadakan acara-acara yang berhubungan dengan masyarakat seperti pemeran maupun acara yang memberikan hiburan terhadap pengunjung yang datang, dan sisanya 35 responden (37%) menyatakan netral atau kurang setuju, dan 12 responden (13%) menyatakan tidak setuju atas pernyataan tersebut.

Hasil jawaban responden menunjukkan bahwa memang benar pasar modern sering mengadakan acara yang berhubungan dengan masyarakat, hal itu terlihat dari jawaban responden yang mendominasi setuju dan sangat setuju sebanyak 50% dari jumlah total responden. meskipun ada yang menjawab kurang setuju atas pernyataan tersebut.

Tabel 4.26. Penjualan Perorangan

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	11	12%
3	Netral	40	42%
4	Setuju	36	38%
5	Sangat Setuju	7	7%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.27 di atas menyatakan bahwa, sebanyak 36 responden (38%) menyatakan setuju, 7 responden (7%) menyatakan sangat setuju, 40 responden (42%) menyatakan netral, 11 responden (12%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan bahwa sales menawarkan barang elektronik maupun yang lainnya kepada konsumen secara langsung/perorangan dengan menjelaskan produknya baik dari segi cara menggunakan maupun perawatannya.

Berdasarkan tersebut dapat disimpulkan bahwa di pasar modern sales tidak selalu menawarkan barang secara langsung kepada konsumen, itu terbukti dengan jawaban responden yang mendominasi netral atau tidak selalu atas pernyataan tersebut.

Tabel 4.27. Pemasaran Langsung

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	7	7%
3	Netral	18	19%
4	Setuju	56	59%
5	Sangat Setuju	13	14%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.28 dari data di atas, diketahui bahwa 56 responden (59%) menyatakan setuju, 13 responden (14%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (19%) menyatakan netral bahwa terdapatnya katalog/buku yang mencantumkan harga barang perminggu sehingga dapat memudahkan dalam berbelanja. Sebanyak 7 responden (7%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapatnya katalog/daftar harga dapat mempermudah dalam berbelanja karena sudah ada harga di dalam katalog/daftar harga, itu terbukti dari pernyataan dari responden yang mendominasi setuju dan sangat setuju atau sebanyak 73% dari jumlah total responden.

Tabel 4.28. Jawaban Responden Terhadap Variabel Pasar Modern (X)

No	Indikator	Alternatif Jawaban											
		Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Netral		Setuju		Sangat setuju		Total	%
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Produk	-	-	-	-	10	11%	65	68%	20	21%	95	100%
		-	-	4	4%	31	33%	53	56%	7	7%	95	100%
		-	-	-	-	13	14%	56	59%	26	27%	95	100%
		-	-	3	3%	31	33%	48	51%	13	14%	95	100%
2	Harga	-	-	1	1%	14	15%	58	61%	22	24.2%	95	100%
		-	-	2	2.1%	15	15.8%	52	54.7%	26	27.4%	95	100%
		1	1%	6	6%	28	29%	39	41%	21	22%	95	100%
		1	1%	3	3%	28	29%	45	47%	18	19%	95	100%
		3	3%	13	13%	37	39%	35	37%	8	8%	95	100%
3	Distribusi	-	-	3	3%	12	13%	60	63%	20	21%	95	100%
		1	1%	16	17%	48	51%	24	25%	6	6%	95	100%
		1	1%	8	8%	48	51%	31	33%	7	7%	95	100%
		1	1%	6	6%	45	47%	36	38%	7	7%	95	100%
		-	-	7	7%	46	48%	34	36%	8	8%	95	100%
4	Promosi	-	-	9	9%	29	31%	51	54%	6	6%	95	100%
		1	1%	8	8%	19	20%	59	62%	8	8%	95	100%
		-	-	12	13%	35	37%	44	46%	4	4%	95	100%
		1	1%	11	12%	40	42%	36	38%	7	7%	95	100%
		1	1%	7	7%	18	19%	56	59%	13	14%	95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

b. Penjelasan responden terhadap variabel perilaku konsumtif (Y)

1) Indikator kebudayaan

Tabel 4.29. Budaya

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	3	3%
3	Netral	26	27%
4	Setuju	54	57%
5	Sangat Setuju	11	12%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.30 dari data di atas, diketahui bahwa 54 responden (57%) menyatakan setuju, 11 responden (12%) menyatakan sangat setuju, 26 responden

(27%) menyatakan netral, 3 responden (3%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan yang mengatakan bahwa mereka ke pasar modern karena merasa berbelanja di pasar modern mereka mendapatkan kepuasan dan kenyamanan dalam mencari hiburan.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa memang benar mereka ke pasar modern karena merasa berbelanja di pasar modern mereka mendapatkan kepuasan dan kenyamanan dalam mencari hiburan, itu terlihat dari jawaban responden yang mendominasi pernyataan setuju dan sangat setuju.

Tabel 4.30. Sub Budaya

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	10	11%
3	Netral	48	51%
4	Setuju	35	37%
5	Sangat Setuju	0	0%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.31 dari data di atas, diketahui bahwa 48 responden (51%) menyatakan netral, 35 responden (37%) menyatakan setuju bahwa mereka ke pasar modern karena sesuai dengan sub budaya kehidupan sebagai masyarakat yang modern. Sebanyak 10 responden (11%) menyatakan tidak setuju dan 2 responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan di atas dapat disimpulkan bahwa mereka ke pasar modern bukan karena sub budaya mereka yang merasa sebagai masyarakat modern, itu terbukti dari

pernyataan dari responden yang mendominasi netral atau biasa-biasa saja. Meskipun ada yang menyatakan setuju menyusul jawaban netral.

Tabel 4.31. Kelas Sosial

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	4	4%
3	Netral	23	24%
4	Setuju	61	64%
5	Sangat Setuju	6	6%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.32 dari data di atas, diketahui bahwa 61 responden (64%) menyatakan setuju, 6 responden (6%) menyatakan sangat setuju, 23 responden (24%) menyatakan netral bahwa pelayanan yang diberikan di pasar modern tidak membedakan kelas sosialnya baik agama maupun rasnya. Sebanyak 4 responden (4%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan di atas dapat disimpulkan bahwa memang benar pelayanan yang dilakukan di pasar modern tidak membedakan kelas sosialnya baik agama maupun rasnya, itu terbukti dari pernyataan dari responden yang mendominasi setuju dan sangat setuju atau sebanyak 70% dari jumlah total responden.

Tabel 4.32. Tidak Akan Menghabiskan Uang Saku Sebulan

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	7	7%
2	Tidak Setuju	22	23%
3	Netral	36	38%
4	Setuju	25	26%
5	Sangat Setuju	5	5%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.33 di atas dapat diketahui bahwa 36 responden (38%) menyatakan netral, 25 responden (26%) menyatakan setuju, 5 responden (5%) menyatakan sangat setuju, 22 responden (23%) menyatakan tidak setuju dan 7 responden (7%) menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan bahwa mereka belanja di pasar modern /mencari hiburan di pasar modern tidak akan menghabiskan uang saku mereka sampai sebulan.

Hasil jawaban responden dapat dikatakan bahwa mereka belanja di pasar modern itu biasa-biasa saja bisa jadi mengahabiskan uang saku mereka selama sebulan namun bisa juga tidak bisa menghabiskan uang saku mereka, hal itu terbukti dari jawaban responden yang mendominasi netral atau biasa saja.

Tabel. 4.33. Keinginan Dari Diri Sendiri

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	18	19%
4	Setuju	59	62%
5	Sangat Setuju	16	17%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.34 di atas dapat diketahui bahwa, sebanyak 59 responden (62%) menyatakan setuju, 16 responden (17%) menyatakan sangat setuju bahwa mereka belanja di pasar modern karena keinginan dari diri sendiri untuk berbelanja maupun mencari hiburan, sebanyak 18 responden (19%) menyatakan netral, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju, dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju.

Hasil jawaban responden menunjukkan bahwa mereka berbelanja ke pasar modern itu karena keinginan diri sendiri bukan atas paksaan dari siapa pun atau muncul dengan sendirinya, terbukti dengan mendominasinya pernyataan setuju dan sangat setuju dari responden sejumlah 79% dari jumlah total responden. Meskipun ada responden yang menjawab netral itu mereka ke pasar modern bisa dipengaruhi oleh teman atau keluarga.

2) Indikator Sosial

Tabel 4.34. Kelompok

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	14	15%
3	Netral	57	60%
4	Setuju	21	22%
5	Sangat Setuju	3	3%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.35 dari data di atas, diketahui bahwa 57 responden (60%) menyatakan netral atas pernyataan mereka berbelanja ke pasar modern karena teman dan lingkungan tempat tinggal banyak yang kesana berbelanja, sedangkan 21

responden (22%) menyatakan setuju, 3 responden (3%) menyatakan sangat setuju, 14 responden (15%) menyatakan tidak setuju atas pernyataan tersebut.

Berdasarkan tabel di atas bisa dikatakan bahwa mereka tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh teman dan lingkungan tempat tinggal, ini terbukti dengan jawaban responden yang mendominasi jawaban netral sebanyak 60% dari jumlah total responden. Sisanya menjawab setuju, sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju atas pernyataan tersebut.

Tabel 4.35. Keluarga

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	4	4%
2	Tidak Setuju	27	28%
3	Netral	48	51%
4	Setuju	10	11%
5	Sangat Setuju	6	6%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.36 dari data di atas, diketahui bahwa 48 responden (51%) menyatakan netral, 27 responden (28%) menyatakan tidak setuju, 4 responden (4%) menyatakan sangat tidak setuju, 10 responden (11%) menyatakan setuju dan 6 responden (6%) menyatakan sangat setuju atas pernyataan yang menyatakan bahwa karena keluarga yang sering kesana.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa mereka ke pasar modern bukan disebabkan keluarga yang sering kesana, itu dapat dilihat dari jawaban responden yang mendominasi jawaban netral atau sebanyak 51% dari jumlah total responden.

Tabel 4.36. Peran Dan Status

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	8	8%
2	Tidak Setuju	30	32%
3	Netral	48	51%
4	Setuju	5	5%
5	Sangat Setuju	4	4%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.37 di atas, dapat dilihat bahwa 48 responden (51%) menyatakan netral, 5 responden (5%) menyatakan setuju, 4 responden (4%) menyatakan sangat setuju, 30 responden (32%) menyatakan tidak setuju, dan 8 responden (8%) menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan bahwa mereka berbelanja atau mencari hiburan di pasar modern karena peran dan status mereka di organisasi.

Berdasarkan jawaban responden di atas peran dan status di organisasi memberikan kemungkinan mempengaruhi belanja mereka di pasar modern, terlihat dari jawaban responden yang mendominasi netral sebanyak 51% dari jumlah total responden. Sisanya ada yang menjawab tidak setuju atas pernyataan karena dipengaruhi peran dan status mereka di organisasi.

3) Indikator Pribadi

Tabel 4.37. Umur Dan Daur Hidup

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	36	38%
4	Setuju	48	51%
5	Sangat Setuju	7	7%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.38 dari data di atas, diketahui bahwa 48 responden (51%) menyatakan setuju bahwa mereka merasa kepasar modern sudah menjadi hal yang wajar untuk usia dan tahap kedewasaan, 7 responden (7%) menyatakan sangat setuju, 36 responden (38%) menyatakan netral, 2 responden (2%) menyatakan tidak setuju, dan 2 responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa responden merasa bahwa ke pasar modern tidak ada yang salah dengan mereka karena sudah mencapai tahap kedewasaan yang mereka miliki, maka wajar bagi mereka kalau mereka sering ke pasar modern, itu terbukti dari jawaban dari responden yang mendominasi setuju dan sangat setuju atau sebanyak 58% dari jumlah total responden. Sisanya menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 4.38. Situasi Ekonomi

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	11%
2	Tidak Setuju	27	28%
3	Netral	43	45%
4	Setuju	13	14%
5	Sangat Setuju	2	2%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.39 dari data di atas, diketahui bahwa 13 responden (14%) menyatakan setuju dan 2 responden (2%) menyatakan sangat setuju dengan pernyataan bahwa mereka merasa rugi jika tidak ke pasar modern karena keadaan ekonomi yang mendukung. Sebanyak 43 responden (45%) menyatakan netral, 27 responden (28%) menyatakan tidak setuju, serta 10 responden (11%) menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan jawaban responden di atas situasi ekonomi tidak terlalu mempengaruhi tapi sewaktu-waktu bisa mempengaruhi mereka belanja ke pasar modern, ini bisa dilihat dari jawaban responden yang mendominasi netral atau sebanyak 45% dari jumlah total responden, selain itu, dari jawaban responden netral yang mendukung pernyataan di atas juga menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 39% dari jumlah responden.

Tabel 4.39. Gaya Hidup

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	6	6%
2	Tidak Setuju	27	28%
3	Netral	35	37%
4	Setuju	22	23%
5	Sangat Setuju	5	5%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.40 data di atas diketahui bahwa, sebanyak 35 responden (37%) menyatakan netral, 22 responden (23%) menyatakan setuju, 5 responden (5%) menyatakan sangat setuju, 27 responden (28%) menyatakan tidak setuju, 6 responden (6%) menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan bahwa mereka menganggap kalau ke pasar modern identik dengan gaya hidup mewah.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa mereka menganggap bahwa kepasar modern identik dengan hidup mewah itu biasa-biasa saja atau netral, terbukti dari jawaban responden yang mendominasi jawaban netral sebanyak 37% dari jumlah total responden.

Tabel 4.40. Kepribadian Dan Konsep Diri

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	10	11%
2	Tidak Setuju	19	20%
3	Netral	44	46%
4	Setuju	18	19%
5	Sangat Setuju	4	4%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.41 di atas, dapat dilihat bahwa 44 responden (46%) menyatakan netral, 18 responden (20%) menyatakan setuju. 4 responden (4%)

menyatakan sangat setuju, 19 responden (20%) menyatakan tidak setuju dan 10 responden (11%) menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan tersebut.

Berdasarkan jawaban responden di atas bahwa mereka menyatakan biasa-biasa saja kalau berbelanja ke pasar modern itu sesuai dengan kepribadian dan konsep diri, itu terlihat dengan jawaban responden yang mendominasi pernyataan netral atau biasa-biasa saja dengan jumlah jawaban responden sebanyak 46% dari jumlah total responden.

4) Indikator Psikologi

Tabel 4.41. Motivasi

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	7	7%
3	Netral	22	23%
4	Setuju	61	64%
5	Sangat Setuju	5	5%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.42 dari data di atas, diketahui bahwa 61 responden (64%) menyatakan setuju dan 5 responden (5%) menyatakan sangat setuju bahwa mereka berbelanja di pasar modern karena termotivasi/keinginan diri sendiri untuk berbelanja atau hanya sekedar mencari hiburan di sana. Sebanyak 22 responden (23%) menyatakan netral, dan 7 responden (7%) menyatakan tidak setuju atas pernyataan tersebut.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa mereka menyatakan mereka berbelanja atau mencari hiburan di pasar modern itu karena

termotivasi/keinginan diri sendiri bukan karena paksaan, ini terbukti dari jawaban responden yang mendominasi pernyataan setuju dan sangat setuju sebanyak 69% dari jumlah total responden.

Tabel. 4.42. Persepsi

No	Alternatif jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	11	12%
3	Netral	32	34%
4	Setuju	48	51%
5	Sangat Setuju	2	2%
Total		95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.43 data di atas diketahui bahwa, 2 responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju, 11 responden (12%) menyatakan tidak setuju, dan 32 responden (34%) menyatakan netral bahwa mereka berbelanja di pasar modern karena persepsi diri mengatakan pasar modern adalah tempat yang tepat untuk belanja maupun untuk mencari hiburan, dan sebanyak 48 responden (51%) menyatakan setuju, 2 responden (2%) menyatakan sangat setuju atas pernyataan tersebut.

Hasil jawaban responden menyatakan bahwa memang benar mereka berbelanja di pasar modern karena persepsi diri mengatakan pasar modern adalah tempat yang tepat untuk belanja maupun untuk mencari hiburan, itu terbukti dari jawaban responden yang mendominasi pernyataan setuju dan sangat setuju dengan jumlah responden 53% dari jumlah total responden.

Tabel. 4.43. Jawaban Responden Terhadap Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No	Indikator	Alternatif Jawaban											
		Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Netral		Setuju		Sangat setuju		Total	%
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Kebudayaan	1	1%	3	3%	26	27%	54	57%	11	12%	95	100%
		2	2%	10	11%	48	51%	35	37%	-	-	95	100%
		1	1%	4	4%	23	24%	61	64%	6	6%	95	100%
		7	7%	22	23%	36	38%	25	26%	5	5%	95	100%
		1	1%	1	1%	18	19%	59	62%	16	17%	95	100%
2	Sosial	-	-	14	15%	57	60%	21	22%	3	3%	95	100%
		4	4%	27	28%	48	51%	10	11%	6	6%	95	100%
		8	8%	30	32%	48	51%	5	5%	4	4%	95	100%
3	Pribadi	2	2%	2	2%	36	38%	48	51%	7	7%	95	100%
		10	11%	27	28%	43	45%	13	14%	2	2%	95	100%
		6	6%	27	28%	35	37%	22	23%	5	5%	95	100%
		10	11%	19	20%	44	46%	18	19%	4	4%	95	100%
4	Psikologi	-	-	7	7%	22	23%	61	64%	5	5%	95	100%
		2	2%	11	12%	32	34%	48	51%	2	2%	95	100%

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

4. Hasil Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor indikator dengan skor total. Valid tidaknya butir item pertanyaan variabel dapat di lihat dengan mengkonsultasikan nilai $r_{hitung} > 0.3$. Sebaliknya jika $r_{hitung} < 0.3$, maka butir item tersebut tidak valid. Berikut hasil uji validitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 22 (dapat dilihat pada lampiran III) pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.44. Hasil Uji Validitas Instrumen Data

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{valid}	Keterangan
PASAR MODERN (X)	1	0.408	0.3	Valid
	2	0.462	0.3	Valid
	3	0.412	0.3	Valid
	4	0.532	0.3	Valid
	1	0.485	0.3	Valid
	2	0.488	0.3	Valid
	3	0.660	0.3	Valid
	4	0.644	0.3	Valid
	5	0.565	0.3	Valid
	1	0.454	0.3	Valid
	2	0.651	0.3	Valid
	3	0.499	0.3	Valid
	4	0.698	0.3	Valid
	5	0.622	0.3	Valid
	1	0.514	0.3	Valid
	2	0.504	0.3	Valid
	3	0.554	0.3	Valid
	4	0.538	0.3	Valid
	5	0.541	0.3	Valid
	PERILAKU KONSUMTIF (Y)	1	0.613	0.3
2		0.640	0.3	Valid
3		0.463	0.3	Valid
4		0.657	0.3	Valid
5		0.344	0.3	Valid
1		0.584	0.3	Valid
2		0.739	0.3	Valid
3		0.725	0.3	Valid
1		0.564	0.3	Valid
2		0.825	0.3	Valid
3		0.574	0.3	Valid
4		0.674	0.3	Valid
1		0.450	0.3	Valid
2		0.669	0.3	Valid

Sumber: Hasil penelitian 2016 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji validitas di atas dapat diketahui bahwa semua angka r_{hitung} berada diatas 0.3 yang menunjukkan bahwa semua butir item valid.

1. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas pada masing-masing variabel diperoleh dengan mengonsultasikan nilai $r_{alpha} > r_{tabel}$, maka dikatakan reabel dan sebaliknya jika r

alpha < r tabel, maka dikatakan tidak reabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika nilai *Croanbach's Alpha* > 0,6. Berikut adalah hasil uji reabilitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 22 *for windows* pada tabel dibawah ini. (dapat dilihat pada lampiran IV)

Tabel. 4.45. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

No	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Pasar Modern (X)	0.866	Reliabel
2	Perilaku Konsumtif (Y)	0.872	Reliabel

Sumber: Hasil perhitungan SPSS 22 (data diolah 2016)

Berdasarkan uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa semua angka r *alpha cronbach* berada di atas 0.6 yang menunjukkan bahwa semua reliable.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

a) Uji Non-Multikolinearitas

Uji non-multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara peubah bebas (variabel *independent*). Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem *multikolinearitas*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara peubah bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat VIF (*Variance Inflation Factor*). Pedoman suatu model yang bebas *multikolinearitas* yaitu mempunyai nilai $VIF \leq 4$ atau 5.

Setelah melalui perhitungan SPSS 22 *for windows*, nilai VIF dapat dilihat dari tabel sebagai berikut (dapat dilihat pada lampiran V)

Tabel. 4.46. Hasil Uji Non-Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.768	5.538		1.944	.055		
	pasar_mode rn	.494	.079	.546	6.286	.000	1.000	1.000

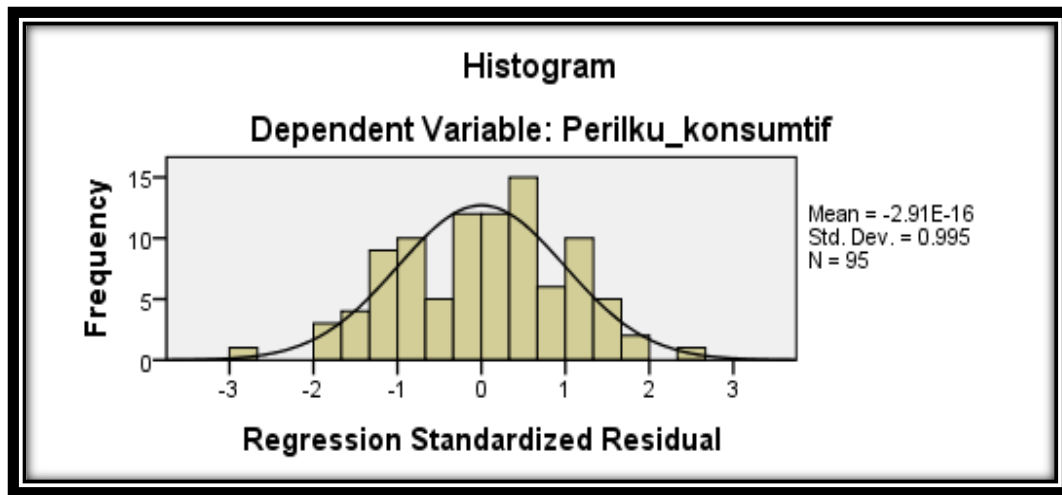
a. Dependent Variable: Perilaku_konsumtif

Sumber: Hasil perhitungan SPSS 22 (data di olah 2016)

Berdasarkan tabel 4.49 di atas, terlihat pada bagian *coefficient* untuk kedua variabel bebas yaitu 1.000. Hal ini berarti nilainya ≤ 4 . Dengan demikian, dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas artinya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas dan uji multikolinearitas terpenuhi.

b) Uji Normalitas

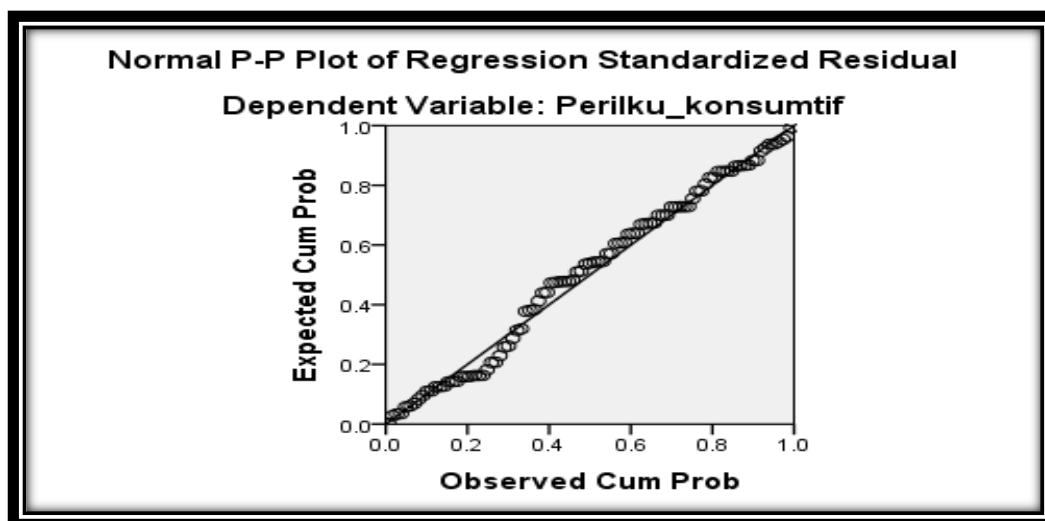
Dalam penelitian ini, untuk mengetahui normal tidaknya suatu data, di tentukan dari nilai signifikan dalam tabel *Test of Normality*. Dengan bantuan SPSS 22 *for window* hasilnya sebagai berikut: (dapat dilihat pada lampiran V)



Gambar. 4.1 Histogram

Sumber: Hasil perhitungan SPSS 22 (data di olah 2016)

Berdasarkan tampilan grafik histogram pada gambar 4.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar.4.2 Normal P-Plot Of Regression Standardized Residual

Sumber: Hasil perhitungan SPSS 22 (data di olah 2016)

Berdasarkan gambar 4.2 terlihat sebaran data yang berkumpul di sekitar garis uji yang mengarah kekanan atas. Oleh karena itu data tersebut berdistribusi normal.

Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak di pakai karena memenuhi asumsi normalitas.

c) Uji Non-Autokorelasi

Uji Non-Autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin Watson* (D-W) dengan tingkat kepercayaan 5% di mana secara umum dapat di ambil patokan, jika angka D-W dibawah -2, berarti *autokorelasi* positif, jika angka D-W di atas +2, berarti *autokorelasi* negative dan jika angka D-W di antara -2 sampai dengan +2, berarti tidak *autokorelasi*.

Uji autokorelasi pada penelitian ini dengan metode Durbin Watson melalui perhiungan SPSS 22 *for windows* berikut ini: (dapat dilihat pada lampiran V)

Tabel. 4.47 Model Summary

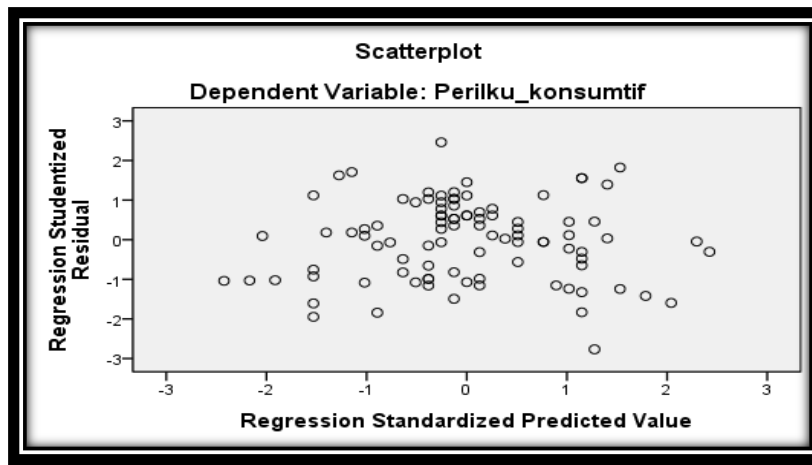
Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.546 ^a	.298	.291	5.977	1.329
a. Predictors: (Constant), pasar_modern					
b. Dependent Variable: Perilaku_konsumtif					

Sumber: Hasil perhitungan SPSS 22 (data di olah 2016)

Berdasarkan tabel 4.47 di atas, diketahui bahwa nilai D-W sebesar 1.329. Hal ini berarti tidak terjadi autokorelasi dikarenakan nilai D-W terletak antara -2 sampai dengan +2.

4. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *scatterplot*. Berikut tabel dari hasil uji heteroskedastisitas melalui SPSS 22 *for windows*: (dapat dilihat pada lampiran V)



Gambar. 4.3 Scatterplot

Sumber: Hasil perhitungan SPSS 22 (data di olah 2016)

Berdasarkan gambar di atas Nampak bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik pada gambar menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

B. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah data yang di peroleh mendukung atau tidak hipotesis telah diajukan. Dalam penelitian ini ada dua hipotesis yang telah di ajukan dan di uji dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Berikut disajikan hasil pengujian hipotesis.

1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh variabel pasar modern (X), terhadap perilaku konsumtif (Y) digunakan uji regresi linear sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b.X$$

Dimana:

Y = Perilaku konsumtif

X = Pasar Modern

a dan b = Konstanta

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows* (dapat dilihat pada lampiran VI). Berikut hasil perhitungan uji regresi linear sederhana pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.48 Model Summary

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.546 ^a	.298	.291	5.977
a. Predictors: (Constant), pasar_modern				
b. Dependent Variable: Perilaku_konsumtif				

Sumber: Hasil perhitungan SPSS 22 (data di olah 2016)

Pada tabel 4.48 di atas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi/hubungan R antara variabel pasar modern dan perilaku konsumtif sebesar 0.546 dan dijelaskan besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang di sebut dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil dari pengkuadratan R.

Berdasarkan output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0.298 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (pasar modern) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif) adalah sebesar 29.8%. Sedangkan sisanya, ($100\% - 29.8\% = 70.2\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini.

Koefisien determinasi R^2 sebesar 0.298 (29.8%) mengandung arti tingkat pengaruh dari pasar modern terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.

Tabel 4.49. Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.768	5.538		1.944	.055
	pasar_modern	.494	.079	.546	6.286	.000

a. Dependent Variable: Perilaku_konsumtif

Sumber: Hasil perhitungan SPSS 22 (data di olah 2016)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.51 dapat disusun persamaan regresi linear sederhana antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*) dengan memasukkan koefisien regresi linear sederhana ke dalam bentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 10.768 + 0.494 X$$

a. Konstan

Nilai konstan sebesar 10.768 menyatakan bahwa jika variabel pasar modern (X) bernilai nol, maka nilai perilaku konsumtif mahasiswa (Y) secara konstan akan bernilai sebesar 10.768.

b. Pasar modern (X)

Koefisien regresi X sebesar 0.494 Memberikan arti bahwa pasar modern berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pertambahan satu-satuan nilai variabel pasar modern maka akan terjadi kenaikan perilaku konsumtif mahasiswa 0.494.

2. Uji signifikan (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Uji t yang di hasilkan SPSS 22 *for windows* dapat dilihat dari tabel sebagai berikut: (dapat di lihat pada lampiran VII)

Tabel 4.50. Hasil Uji Signifikan (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.768	5.538		1.944	.055
	pasar_modern	.494	.079	.546	6.286	.000

a. Dependent Variable: Perilaku_konsumtif

Sumber: Hasil perhitungan SPSS 22 (data di olah 2016)

Dalam uji hipotesis ini digunakan uji t dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95%

Dengan *level of signifikansy* (α) = 0.05

Degree of freedom (df) = (n-k)

Maka di peroleh tabel t adalah = 1.985 (dapat dilihat pada lampiran t tabel)

H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $t_{hitung} \leq t_{table}$ atau $sig. > \alpha$

H_a diterima dan H_0 ditolak, jika $t_{hitung} > t_{table}$ atau $sig. \leq \alpha$

Berikut ini hasil pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut:

a. Pengujian hipotesis variabel pasar modern (X)

Hipotesis ini menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pasar modern (X) terhadap perilaku konsumtif (Y).

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pasar modern (X) terhadap perilaku konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung = (6.286) > t tabel (1.985) dengan sig. (0.000) < (0.05) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara pasar modern (X) terhadap perilaku konsumtif (Y).

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah "terdapat pengaruh pasar modern terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin)".

Berdasarkan uji hipotesis, hipotesis penelitian tersebut terbukti bahwa ternyata

terdapat pengaruh pasar modern terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin) dengan tingkat signifikan yakni sebesar 0.000.

Pasar modern merupakan pasar yang pengelolaannya dilaksanakan secara modern, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti. Sedangkan perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli dan mengonsumsi barang-barang tanpa batas dan mempertimbangkan yang rasional ataupun mengonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, dimana hal tersebut didorong oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan.

Setiap orang memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing. Kebutuhan itu berusaha untuk dapat dipenuhi dengan cara yang berbeda-beda. Ada yang memenuhi kebutuhannya secara wajar dan ada juga yang berlebihan dalam pemenuhan kebutuhannya. Hal tersebut menyebabkan orang-orang untuk berperilaku konsumtif. Remaja atau setingkat mahasiswa sangat mudah dipengaruhi oleh faktor yang ada diluar dirinya seperti keluarga, lingkungan pergaulannya, teman sebaya dan lainnya. Hal tersebut yang mengakibatkan remaja atau mahasiswa dianggap sebagai sasaran pasar yang paling menguntungkan. Dengan berbagai jenis alat pemasaran seperti barang, tempat, promosi dan harga, yang digunakan oleh pasar modern yang menargetkan pemasaran untuk berbagai jenis produk industry, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku

membeli yang tidak wajar. Membeli tidak lagi dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya. Hal tersebut yang mungkin menjadi salah satu faktor penyebab berpengaruhnya pasar modern terhadap perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif biasanya berpusat pada pusat-pusat perbelanjaan atau mall-mall. Mall-mall atau pasar modern yang dimaksud penulis adalah cara pemasar menarik konsumen sehingga mau berbelanja dengan tidak mempertimbangkan kebutuhan namun keinginan, cara pemasar tersebut adalah dengan menggunakan alat pemasaran. Dalam temuan penulis dengan alat pemasaran yang mencakup produk, harga, distribusi dan promosi yang dilakukan oleh pemasar dapat memengaruhi gaya belanja konsumen. Perilaku konsumtif memiliki beberapa indikator yaitu kebudayaan, kelas sosial, motivasi, persepsi diri, kepribadian.

Berdasarkan perhitungan dari uji analisis regresi sederhana dilihat dari tabel model summary pada kolom koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,298 atau sebesar 29,8% yang memberikan arti bahwa besarnya pengaruh variabel bebas (pasar modern) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif) hal ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh tersebut sangatlah lemah. Berarti tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa alat pemasaran yang mencakup produk, harga, distribusi dan promosi dapat memengaruhi pada perilaku konsumen yang mengakibatkan perilaku belanjanya dapat berubah menjadi konsumtif. Besaran pengaruh dari variabel bebas (pasar modern) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif) hanya sebesar 29,8%

yang menyisakan 70,2% itu dapat dijelaskan oleh variabel lain. Variabel lain tersebut bisa saja karena kelas sosial, keluarga, gaya hidup situasi ekonomi, sub budaya dan masih banyak yang lain.

Lemahnya pengaruh dari variabel bebas (pasar modern) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif) hanya sebesar 29,8% ini bisa saja dikarenakan mereka masih berstatus sebagai mahasiswa sehingga pendapatan yang mereka harapkan hanya dari pemberian orang tua itu salah satu alasan kenapa mereka tidak terlalu konsumtif dan menyebabkan pengaruh itu lemah.

C. Pembahasan (Analisis pandangan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin)

Perilaku Konsumtif merupakan perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak di dasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengunsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik. Dengan memperhatikan aturan-aturan dalam islam perilaku konsumtif tersebut harus dihindari kerana Allah Swt berfirman dalam Q.S. Al-Isrā'/17: 26-27 yang berbunyi:

وَأَتِذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا

﴿٤٧﴾ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

Ayat di atas menjelaskan bahwa di dalam Islam kegiatan konsumsi itu ada batasan yakni seorang muslim dilarang untuk berlaku boros atau menghambur-hamburkan harta secara berlebihan. Jelaslah tidak diragukan lagi bahwa al Qur’ān adalah sumber utama dan sunah merupakan sumber kedua yang merupakan pelengkap bagi al Qur’ān. Manusia memiliki kebutuhan yang beragam jenisnya baik yang bersifat fisik maupun rohani. Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menumpuk dan meningkatkan pahala menuju falah (kebahagian dunia dan akhirat). Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah masalah, kebutuhan dan kewajiban.

Menurut pandangan ekonomi Islam, tujuan konsumsi adalah memaksimalkan masalah. Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasarkan syariah islam yaitu menyangkut masalah nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan alokasi anggaran untuk konsumsi.

Tiga prinsip dasar konsumsi yang digariskan oleh Islam, yaitu konsumsi yang halal, konsumsi barang suci dan bersih, dan tidak berlebihan. Tidak berlebihan di sini ialah menerapkan prinsip kesederhanaan: Prinsip kesederhanaan dalam konsumsi berarti bahwa orang haruslah mengambil makanan dan minuman sekedarnya dan

tidak berlebihan karena makan yang berlebihan itu berbahaya bagi kesehatan. Seperti yang ditegaskan dalam firman Allah dalam Q.S. Al-A'rāf/7:31.

﴿ يَبْنِيْٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴾

“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.”

Selain itu dalam firman Allah Swt dalam Q.S. Al-mā'idah/5: 87

﴿ يَاۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تُحَرِّمُوْا طَيِّبَتٍ مَّاۤ اَحَلَّ اللّٰهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوْۤا اِنَّ اللّٰهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِيْنَ ﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang Telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

Ayat di atas prinsip kesederhanaan bukan hanya untuk makan-makanan yang berlebihan namun juga berlaku pada perbelanjaan. Berlebih-lebihan atau perilaku sifat yang tidak disukai Allah, meskipun barang yang dibelanjakan adalah halal namun dilarang untuk berlaku kikir maupun boros.

Sebagaimana yang ditegaskan Allah dalam firman nya Q.S. Al-furqān/25:67 yang berbunyi:

﴿ وَالَّذِيْنَ اِذَاۤ اَنْفَقُوْۤا لَمْ يُسْرِفُوْۤا وَلَمْ يَقْتُرُوْۤا وَكَانَ بَيْنَ ذٰلِكَ قَوٰمًا ﴾

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah melarang apabila berbelanja tidak boleh berlebihan (boros) dan tidak kikir. Hendaknya berlaku sesuai dengan kebutuhan atau di tengah-tengah. Islam membolehkan seorang muslim untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia. Namun, ia membatasi perbolehan ini dengan tidak melampaui batas kewajaran yang menjurus kepada pemborosan dan kemewahan.

Allah berfirman dalam Q.S. al-An'ām/6:141

﴿ وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا
 أَكْلُهُمُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّانَ مُتَشَبِهًا وَغَيْرَ مُتَشَبِهٍ ۚ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا
 أَثْمَرَ وَءَاتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ ۗ وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ۝﴾

“Dan dialah yang menjadikan kebun-kebon yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon korma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak sama (rasanya). makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”.

Pengarahan perbelanjaan dan konsumsi adalah jalan hidup Islam yang terpuji, baik dalam makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, maupun dalam aspek apa saja dari berbagai aspek kehidupan. Pernah melewati Sa'ad bin Abi Waqqash ketika ia sedang berwuḍu' lalu bersabda padanya:

حَدَّثَنَا ابْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا ابْنُ لَهَيْعَةَ عَنْ حَبِيبِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ بْنِ
 عَمْرٍو بْنِ الْعَاصِ: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ بِسَعْدٍ وَهُوَ يَتَوَضَّأُ، فَقَالَ:

ما هذا السرف يا سعد؟ قال أفي الو ضوء سرف؟ قال: نعم, وأن كنت علي نهر
 جار. (رواه ابن ماجه) 3

“Qutaibah bin sa’id menceritakan kepada kami, Ibnu Lhi’ah menceritakan kepada kami dari Huyayy bin Abdullah, dari Abu Abdurrahman Al-Hubuli, dari Abdullah bin Amru bin Al Ash: Sesungguhnya Nabi Saw bertemu dengan Saad pada saat dia sedang berwuḍu, beliau bertanya, “Kepada Berlebihan wahai Sa’ad?” ia menjawab,” Apakah dalam berwuḍu ada berlebih-lebihan?” beliau menjawab, “ya, meskipun kamu berada disungai yang mengalir.(HR. Ibnu Majah dari Ibnu Amr)”

Menurut hadits dan ayat al Qu’ān di atas bahwa sebagai seorang muslim di anjurkan agar berlaku ekonomis dan berhemat dalam nafkah atau berbelanja. Hadis di atas dicontohkan dalam penggunaan air jangan terlalu boros atau berlebih-lebihan dalam penggunaan air saja kita dilarang untuk berlaku berlebihan, begitupun juga dengan berbelanja dilarang untuk berlebih-lebihan, sebaliknya di sarankan untuk berlaku ekonomis (hemat). Sebagaimana telah diriwayatkan :

الْاِقْتِصَادُ نِصْفُ الْعَيْشَةِ

“Berlaku ekonomis (hemat) adalah setengah dari kehidupan”

Al-Qur’ān melarang perbuatan yang melampaui batas (berlebih-lebihan) dalam berbelanja dan menikmati rizki yang baik. Allah telah menyerukan kepada umat manusia bahwa dia tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Dalam Islam, kekayaan pada dasarnya merupakan salah satu unsur pemenuhan kebutuhan hidup manusia yang ditentukan oleh konsep *maslahah*. Konsep *maslahah* ini terkait erat dengan kerangka *maqsid al-sha’riah* (tujuan syariah), yakni untuk

³Hafidz Abi Abdillah, *Op.cit.*, hlm. 7065.

mencapai kesuksesan hidup di dunia dan akhirat (*falah*) serta kesejahteraan umat manusia (*maslahat al-ibad*). Oleh karenanya, semua barang dan jasa yang memiliki masalah dapat digolongkan sebagai kebutuhan manusia. Imam shatibi selanjutnya membedakan *maslahah* menjadi tiga jenis, yaitu esensial (*daruriyyah*), pelengkap (*hajiyyah*), dan penyempurnaan (*embellishments/tahsiniyyah*). *Daruriyyah*, komponen pertama, merupakan hal-hal yang wajib adanya dan pokok kebutuhan hidup manusia. Mengabaikan hal-hal yang termasuk ke dalam kelompok ini akan berujung kekacauan. Dalam pengertian ini, hal-hal yang bersifat *dharury* bagi manusia berpangkal pada pemeliharaan lima hal pokok dalam *maqasid al-sha'riah*, yakni pemeliharaan jiwa, agama, akal, harta kekayaan, dan anak atau keturunan. *Hajiyyah* adalah sesuatu yang melengkapi hal-hal esensial (*daruriyyah*) yang jika diabaikan akan memberikan kesukaran atau kesulitan dalam kehidupan manusia. Contoh dalam bidang ekonomi, adalah penggunaan uang untuk mempermudah tukar menukar barang dan transaksi lainnya, serta kebolehan melaksanakan transaksi dengan akad muḍarabah, musaqat, muzara'ah, dan ba'i salam. Terakhir *tahsiniyyah* merupakan hal-hal yang umumnya mengandung nilai estetika yang baik sehingga dapat meningkatkan dan menyempurnakan kualitas hidup manusia. Tanpa keberadaannya, kehidupan manusia masih tetap bisa berjalan dengan normal akan tetapi belum sempurna. Hal yang bersifat *tahsiniyyah* biasanya berpangkal dari tradisi yang baik dan segala tujuan peri kehidupan manusia menurut jalan yang paling baik. Contohnya penggunaan teknologi ATM (Anjungan Tunai Mandiri) untuk transaksi perbankan serta pengembangan kualitas produksi dan hasil pekerjaan. Dari tiga

kebutuhan pokok tersebut, pemeliharaan *dharury* merupakan prioritas. Sementara *hijyyi* boleh ditinggalkan apabila memeliharanya dapat merusak hukum *dharury* dan *hijyyi*.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif dengan berbelanja di pasar modern dinilai termasuk dalam perilaku konsumtif tetapi tidak terlalu berlebihan. Seperti yang telah disebutkan pada bab I bahwa kriteria perilaku konsumtif adalah membeli produk yang menurutnya lebih bagus, selalu membeli produk terbaru, kecenderungan untuk menabung sedikit, tingkat keseringan berbelanja dalam satu bulan 2-4 kali, sekali kunjungan bisa menghabiskan Rp100,000 s.d. Rp500,000 dan terakhir jika pendapatan melebihi pengeluaran berbanding 40:60. Sedangkan fakta yang terjadi di lapangan sesuai dengan data yang diperoleh rata-rata penghasilan/pemberian sebesar Rp< 1.000.000 s.d. Rp1000.000 yang lebih mendominasi, sedang jumlah kunjungan 1 s.d. 5 kali, serta pengeluaran setiap kali kunjungan sebesar \pm Rp50,000 s.d. Rp200,000. Berdasarkan data tersebutlah penulis dapat menyimpulkan bahwa kegiatan konsumsi mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam termasuk dalam perilaku konsumtif tidak terlalu berlebihan karena tidak semua yang di sebutkan dalam kriteria terpenuhi. Berbelanja di pasar modern jika dilihat dari tiga konsep *masalah* pasar modern hanya sebagai penyempurna (*tahsiniyyah*) di katakan hanya penyempurna karena tanpa belanja di sana pun kehidupan masih berjalan normal, hal

ini beralasan karena jika berbelanja dapat menimbulkan mudarat seperti berbelanja yang berlebihan (boros) yang dapat mengarah pada perilaku konsumtif.