

# PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS DAN GAYA HIDUP SANTRI TERHADAP POLA PERILAKU KONSUMEN ISLAM

Dwi Ismi Azizah<sup>1</sup>, Penulis Kedua<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Malang, <sup>2</sup>Universitas Islam Malang

e-mail: <sup>1</sup>dwiismiazizah2@gmail.com, <sup>2</sup>[abababab@mail.com](mailto:abababab@mail.com),

## Abstract

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel gaya hidup dan tingkat religiusitas santri Pondok Pesantren Ainul Yaqin Universitas Islam Malang terhadap pola perilaku konsumen islami. Penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner yang disebar pada responden serta wawancara. Jumlah sampel (responden) dalam penelitian ini yakni 50 santri dipilih dengan teknik simple random sampling. Analisis data menggunakan model statistik regresi berganda. Data diolah menggunakan uji reliabilitas, uji validitas, dan uji regresi. Hasil penelitian Pada uji t didapat bahwa kedua variabel berpengaruh terhadap perilaku konsumsi santri, diketahui dengan nilai uji F simultan sebesar 0,002, dan uji T parsial tingkat religiusitas sebesar 0,005 dan gaya hidup sebesar 0,013.*

**Kata Kunci:** *Tingkat Religiusitas, Gaya Hidup, Perilaku Konsumen*

## A. Pendahuluan

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan konsumsi untuk bertahan hidup, baik itu kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Tingkat konsumsi tiap individu juga berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan, tingkat pendapatan dan beberapa factor lain yang mempengaruhi pola konsumsi. Bagi seorang muslim, dalam memutuskan sesuatu yang akan dikonsumsi tentunya berdasarkan hukum yang telah dijelaskan dalam al-qur'an dan hadist, yakni bersifat halal lagi baik. Maka dari itu pola perilaku konsumen islam memiliki batasan-batasan tertentu sesuai syariat islam.

Dalam sebuah penelitian menyebutkan bahwa agama dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan perilaku pada umumnya, terutama dalam keputusan untuk membeli makanan dan

membangun kebiasaan makanan (Soesilowati, 2010). Akan tetapi pengaruh agama akan banyak tergantung terhadap individu itu sendiri tentang bagaimana mereka menafsirkan dan mengikuti ajaran mereka.

Selain memperhatikan batasan-batasan syariah, dalam ajaran agama islam juga memperhatikan akhlaq, seperti tidak berlebih-lebihan atau mubadzir. sebagaimana sebuah hadist:

وَعَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ, عَنْ أَبِيهِ, عَنْ جَدِّهِ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ ( كُلْ, وَاشْرَبْ وَالْبَسْ, وَتَصَدَّقْ فِي غَيْرِ سَرْفٍ, وَلَا مَخِيلَةٍ ) أَخْرَجَهُ أَبُو دَاوُدَ, وَأَحْمَدُ, وَعَلَّقَهُ الْبُخَارِيُّ

“Dari ‘Amr Ibnu Syu’aib, dari ayahnya, dari kakeknya *adhiyallahu ‘anhum* (semoga Allah meridhai mereka) berkata, Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wasallam* bersabda: ”*Makanlah dan minumlah dan berpakaianlah dan bersedekahlah tanpa berlebihan (israf) dan tanpa kesombongan*”. (HR. Abu Dawud dan Ahmad dan Al-Imam Al-Bukhari meriwayatkan secara ta’liq). Menurut beberapa literature, Seseorang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung berperilaku dengan cara yang relative lebih matang, disiplin dan bertanggung jawab.

Gaya hidup mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya. Sebagai seorang muslim, khususnya santri, memiliki gaya hidup yang unik dan memiliki karakteristik yang khas, begitu pula terhadap pola konsumsinya. Gaya hidup dapat diartikan sebagai kombinasi dan totalitas cara, kebiasaan pilihan yang memiliki kekhususan dalam sebuah kehidupan suatu masyarakat tertentu terhadap pembentukan hidupnya. Menurut Kotler dan Keller (2012:192) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Berdasarkan fenomena yang terjadi dilapang, diketahui bahwa santri pesantren saat ini, memiliki pola perilaku konsumen yang konsumtif, terutama santri pondok pesantren modern seperti Pesantren Kampus Ainul Yaqin. Untuk membandingkan fenomena yang terjadi, penulis ingin melakukan analisis terkait fenomena tersebut.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Gaya Hidup Santri Terhadap Pola Perilaku Konsumen Islam yang bertujuan untuk mengetahui apakah

tingkat religiusitas dan gaya hidup santri memiliki pengaruh khusus terhadap pola perilaku konsumen.

## **B. Metode**

Penelitian ini pada praktiknya akan mengkuantifikasikan data gaya hidup dan tingkat religiusitas santri pesantren kampus Ainul Yaqin dan pola perilaku konsumen dari pengkuantifikasian data tersebut maka bisa dilakukan penggeneralisasian kesimpulan. Dalam penulisannya, Field Research dilakukan di dalam lingkungan Pondok Pesantren Kampus Ainul Yaqin Universitas Islam Malang.

Penelitian ini fokus pada pola konsumen, Sehingga karena santri dalam pondok pesantren memiliki pola konsumen tersendiri, maka objeknya dibatasi pada santri pondok pesantren karena sudah memiliki kebutuhan dan pola konsumsinya masing – masing. Selanjutnya penentuan sampel menurut Surachmat (2004), mengatakan bahwa jumlah sampel yang di ambil tergantung populasi. Apabila jumlah populasi di bawah 100, maka sample yang di ambil sebanyak 50%, apabila jumlah populasi 100-1000 digunakan 10%-50% dan apabila jumlah populasi diatas 1000 maka di ambil sampel sebanyak 15%.

Diketahui jumlah santri pesantren Ainul Yaqin sebanyak 454 santri, atas dasar metode tersebut, peneliti menentukan 10% dari populasi santri yang ada di pesantren Ainul Yaqin dengan pengambilan sample random sampling atau penarikan sampel acak sederhana yaitu jumlah sampel keseluruhan dalam penelitian ini adalah 50 santri. Simple Random Sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dan sampel, karena populasi dianggap homogen, Anshori (2009 : 103), teknik simple random sampling dipilih karena konteksnya dalam penelitian ini populasi dan sampelnya dianggap homogen (objek / populasi memiliki karakter yang sama) yakni sampel memiliki pengetahuan syariah dan berada pada tingkatan pendidikan setara dengan perguruan tinggi (bisa memutuskan keputusan secara mandiri).

Proses pengumpulan data secara umum dengan menyebar kuesioner secara acak / random. Kuesioner yang telah terisi dikumpulkan kembali untuk di input dalam Ms.Excel. Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan. Adapun pengukurannya menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan regresi berganda. Menurut Hosmer (2000 : 33) Analisis Regresi merupakan salah satu metode

statistika untuk menganalisis variabel respon (dependen) yang mempunyai skala data ordinal dan terdiri tiga kategori atau lebih. Variabel prediktor (independen) yang dapat disertakan dalam model berupa data kategori atau kontinyu yang berjumlah dua variabel atau lebih.

### **C. Hasil Dan Pembahasan**

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat dalam al-Quran dan as-Sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Islam akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidupnya.

Berbeda dengan sistem lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat, tidak berlebihan tidak juga keterlaluan, lebih lanjut al-Quran melarang terjadinya perbuatan tabzir dan mubazir. Perbedaan antara ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh tingkat religiusitas dan gaya hidup terhadap pola konsumsi yang terjadi di kalangan santri, dengan mengambil objek sampel santri pesantren kampus Ainul yaqin. Pengambilan sampel dilakukan secara online dengan memberikan kuisioner dalam bentuk google form kepada responden penelitian, yang berisi pertanyaan terkait variabel- variabel mengenai pola konsumsi yang dipengaruhi tingkat religiusitas dan gaya hidup. Setelah dilakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan, diperoleh hasil sebagai berikut:

#### **Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2001) Uji validitas dirancang untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Fungsi validitas adalah untuk mengukur apakah sebuah pertanyaan dalam kuisioner yang telah dibuat benar-benar mampu mengukur dan mengungkapkan data yang diteliti dengan tepat.

Perhitungan uji validitas dalam penelitian ini menggunakan software IBM SPSS 25. Untuk mengetahui apakah masing – masing indikator valid atau tidak, dapat dilihat nilai

signifikansi, apabila nilai signifikansi (sig) hasil korelasi kurang dari 0,05 maka dapat dinyatakan valid dan begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan uji validitas, diperoleh nilai signifikansi dari masing-masing indikator adalah <0,05, Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan valid.

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang dirancang untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil (Ghozali, 2011).

Untuk mengukur reliabilitas suatu kuisioner dalam SPSS adalah dengan melihat nilai Cronchbach Alpha (a). Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronchbach Alpha > 0,70 (Nunnally, 1994).

Hasil Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa variabel X1, X2, memberikan nilai crochbach alpha > 0,70 sehingga variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk melihat pengaruh variabel bebas (tingkat religiusitas dan gaya hidup) terhadap pola konsumsi digunakan analisis regresi linier berganda, hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 1:

**Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
odel		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-.339	1.020		-.333	.741
	X1	.590	.198	.380	2.981	.005

X2	.255	.099	.328	2.569	.013
----	------	------	------	-------	------

Variabel Dependent : Pola Konsumsi

R : 0,688

R<sup>2</sup> : 0,738

Adjusted R Square : 0,706

Sig F : 0,002

Berdasarkan tabel 2. Variabel terikat pada regresi ini adalah pola konsumsi (Y), sedangkan variabel bebasnya adalah Tingkat religiusitas (X1), gaya hidup (X2). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Unstandarized Coefisients, dengan melakukan pengukuran skala likert untuk mengukur persepsi konsumen. Adapun persamaan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Uji t terhadap variabel Tingkat Religiusitas (X1) didapat nilai signifikansi 0,0005 ( $\alpha < 0,05$ ), menunjukkan arti bahwa variabel Tingkat Religiusitas (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pola konsumsi. Ini menunjukkan bahwa apabila tingkat religiusitas meningkat, maka akan meningkatkan pola konsumsi yang islami. Hal ini terjadi karena santri telah mendapatkan pengetahuan agama yang cukup dan sebagian besar mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari, sebagaimana ayat:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ كُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا  
لَا طَيْبًا

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 Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, (Q.S.Al Maidah:87-88)

Uji t terhadap variabel gaya hidup (X2) didapat nilai signifikansi 0,013 ( $\alpha < 0,05$ ), menunjukkan arti bahwa variabel gaya hidup (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap pola konsumsi. Ini menunjukkan bahwa apabila gaya hidup meningkat, maka akan meningkatkan pola konsumsi yang islami.

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada dasarnya mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam

menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Berdasarkan hasil Koefisien Determinasi, menunjukkan bahwa besarnya  $R^2$  adalah 0,738, hal ini berarti variabel independen dapat menjelaskan pola konsumen sebesar 73,8%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 73,8\% = 26,2\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

### **Uji F (Simultan)**

Uji F dirancang untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara melihat nilai signifikansi. Apabila menunjukkan signifikansi dibawah 0,05 (5%) maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara simultan, begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan uji ANOVA atau F test didapat nilai signifikansi 0,002, karena memiliki nilai lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Keputusan Pembelian atau dapat dikatakan bahwa Merek, Harga, Kualitas, dan Kemasan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

### **Uji T Parsial**

Uji t (Parsial) menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat signifikansi terhadap variabel terikat dibawah 0,05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara parsial, begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan variabel independen yang dimasukkan kedalam model regresi semua variabel signifikan, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel Tingkat religiusitas (X1), gaya hidup (X2) memiliki nilai signifikan  $< 0,05$  yang berarti pola konsumsi (Y) dipengaruhi Tingkat religiusitas (X1), gaya hidup (X2) dengan tingkat kepercayaan 95%.

## **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, didapat bahwa tingkat religiusitas dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi santri pada Pesantren Kampus Ainul Yaqin. Dalam penelitian ini gaya tingkat religiusitas mempengaruhi santri untuk melakukan konsumsi, di pesantren telah belajar tentang syariat islam, maka santri lebih dapat

berhati hati dalam melakukan kegiatan konsumsi yang sesuai dengan ajaran agama dan tidak menyalahi batasan-batasan syariah. Dalam penelitian ini diperoleh bahwa gaya hidup santri dipengaruhi oleh lingkungan tempat tinggal dan teman bermain. Ketika gaya hidup royal, maka dapat dipastikan pengeluaran konsumsinya lebih besar daripada mahasiswa yang tidak royal. Maka untuk hal ini diperlukan adanya pengaturan diri agar tidak terpengaruh dengan hal-hal yang kurang bermanfaat, seperti memilih tempat tinggal dan teman.

### **Daftar Rujukan**

- Anshori , M & Iswati, S. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya : Airlangga University Press
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hosmer, D. W., dan Lemeshow, S. 2000. Applied Logistic Regression. John Wiley & Sons, Inc. New York.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Soesilowati, E. S.,2010. Business Opportunity for Halal Products in Global Market: Moslem Consumer Behavior and Halal Food Consumption. Journal of Indonesian Social Science and Humanities. 3: 151-160.
- Surachmat, Winarno. 2004. Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Meode Teknik. Bandung: Tarsito



**An - Nahdloh:** Jurnal Keaswajaan

---

Volume - Nomor - Tahun 2020

e-ISSN: XXXX-XXXX

---