

## Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim di Perbatasan Rao Pasaman Sumatera Barat

Elmunawaroh<sup>1\*</sup>, Asyari<sup>2)</sup>, Anwar Sholihin<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia

\*Email korespondensi: [elmunawaroh97@gmail.com](mailto:elmunawaroh97@gmail.com)

### Abstract

*Consumer behavior that is vulnerable to rapid changes because it relates to everyday life in order to meet their needs. High consumption is the result of the rapid development of society. So that culture becomes a factor causing consumption behavior. Culture is related to knowledge, beliefs, morals, and other abilities and behaviors that are obtained from society. Cultural values will have an impact on the purchasing and consumption habits of community members in marketing. Where the customer will give high value to the achievement of the goods. As a result, consumers compete to get these products, causing excessive consumption. This high lifestyle is accompanied by an era that continues to develop and is followed by an outside culture that is free and easy to enter which is able to change people's lifestyles to be a little excessive. The next factor is religiosity which is considered as a representation of a Muslim's ability to apply what he believes in and understands from the teachings of his religion in everyday life. Like things that can prevent self-harm. This study aims to determine the factors that influence the consumption behavior of Muslim households on the border of Rao Pasaman, West Sumatra. This research method is classified as a quantitative research. The data used are primary data obtained from filling out questionnaires by respondents using a Likert scale measurement. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a population of 7,024 with a sample of 100 people. The data analysis technique used is multiple linear regression. The analysis of this study uses the SPSS application based on the results of hypothesis testing which shows that culture, lifestyle and religiosity as a whole influence consumption behavior. Culture is 2.024 with a significance of 0.046 < 0.05, then lifestyle is 2.342 with a significance of 0.021 < 0.05 and religiosity is the most dominant influence of 2908 with a significance of 0.005 < 0.05. From the results of this study it can be concluded that the variables of culture, lifestyle and religiosity have a significant effect on consumption behavior. With the coefficient of determination obtained by 24.4% where 75.6% is influenced by other variables.*

**Keywords:** Culture, lifestyle, religiosity, consumption behavior

**Saran sitasi:** Elmunawaroh., Asyari., & Sholihin, A. (2023). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim di Perbatasan Rao Pasaman Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2167-2176. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9486>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9486>

### 1. PENDAHULUAN

Perilaku konsumen adalah salah satu yang rentan terhadap perubahan yang cepat karena berhubungan dengan kehidupan sehari-hari konsumen guna untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Konsumsi memiliki dampak yang signifikan terhadap stabilitas perekonomian. Peningkatan kegiatan ekonomi akan mengakibatkan peningkatan konsumsi masyarakat, seperti jumlah yang dibelanjakan untuk kebutuhan seperti sandang, pangan, obat-obatan, perumahan, kendaraan, dan sebagainya. Pada hakikatnya perilaku konsumsi akan merasuki setiap rumah tangga (Adella,

Rusyaida, Sari, Sari, & Sholihin, 2022). Konsekuensinya tingkat konsumsi yang tinggi merupakan hasil dari pesatnya perkembangan masyarakat dan wilayah di mana masyarakat biasanya mendahulukan keinginannya dari pada kebutuhannya. Sehingga budaya dan tradisi masyarakat menjadi berubah.

Dalam ekonomi konvensional, faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi rumah tangga diantaranya Suku bunga. Tingkat bunga dapat dipandang sebagai pendapatan yang diperoleh dengan melakukan tabungan atau menyimpan uang di bank. Maka dalam

sektor rumah tangga khususnya kredit perumahan jika suku bunga perumahan rendah maka minat masyarakat untuk mengajukan kredit perumahan menjadi lebih tinggi dan sebaliknya apabila suku bunga perumahan meningkat maka minat masyarakat untuk mengajukan kredit perumahan menjadi menurun (Lehrer & Light, 2017). Dalam penelitian Kusuma suku bunga berpengaruh positif terhadap pengeluaran konsumsi

Selain itu, faktor pendukung lainnya seperti tingkat harga. Ketika konsumen mencari suatu produk, faktor terpenting yang mereka pertimbangkan adalah apakah harganya terlalu tinggi atau terlalu rendah. Perusahaan bukan satu-satunya yang menentukan harga, tetapi pelanggan juga berperan dalam menentukan harga (Swastha & Irawan, 2005). Sehingga harga sebelum mereka memutuskan untuk membeli sesuatu atau menggunakan suatu jasa menjadi pertimbangan khusus. Daya beli riil masyarakat mengalami penurunan akibat kenaikan harga barang dan jasa. Konsumsi barang dan jasa akan terpengaruh oleh penurunan daya beli masyarakat ini. Di sisi lain penurunan inflasi menandakan bahwa harga barang dan jasa mengalami penurunan (Anggraini, Azman, Hasanah, Febrian, & Sholihin, 2023). Lipsey menegaskan bahwa semakin besar kuantitas yang diminta untuk suatu produk, semakin rendah harganya.

Adapun faktor selanjutnya yaitu inflasi, dalam pendekatan moneter inflasi dinilai sebagai suatu fenomena moneter, yaitu keadaan yang disebabkan terlalu banyaknya uang yang beredar dibandingkan dengan kesediaan masyarakat untuk memiliki atau menyimpan uang tersebut (Persaulian, Aimon, & Anis, 2013). Pendapatan tersebut didasarkan pada argumentasi bahwa peningkatan harga-harga barang dipasar karena kelebihan permintaan dibandingkan dengan penawaran terhadap barang tersebut yang merupakan indikasi adanya kelebihan jumlah uang yang beredar dimasyarakat.

Dalam ekonomi syariah adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi rumah tangga muslim diantaranya budaya. Budaya berkaitan dengan Pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, serta kemampuan dan perilaku lain yang diperoleh dari masyarakat atau lingkungan (Thomas, 2017). Oleh karena itu, budaya terbentuk ketika orang belajar tentang sesuatu yang cocok dengan lingkungannya sendiri. Maka keinginan dan tindakan seseorang adalah hasil dari budaya seseorang

(Frulyndese, 2016). Setiadi mengatakan bahwa budaya berpengaruh pada bagaimana orang berperilaku sebagai konsumen. Nilai budaya akan berdampak pada kebiasaan pembelian dan konsumsi anggota masyarakat dalam pemasaran. Di mana pelanggan akan memberi nilai tinggi pada pencapaian barang. Akibatnya konsumen bersaing untuk mendapatkan produk tersebut sehingga menyebabkan konsumsi berlebihan. Muhammad Royhan Aziz menegaskan bahwa budaya mempengaruhi perilaku konsumen secara positif. Dan khairatun nisa menegaskan bahwa budaya berpengaruh terhadap perilaku konsumsi (Kurniawan & Mustofa, 2022).

Faktor lainnya yaitu gaya hidup. Menurut Kotler, gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan- kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa. Maka gaya hidup dalam hal ini dapat dikategorikan dalam pengetahuan, sikap dan tindakan. Gaya hidup merupakan faktor yang turut serta dalam memberikan pengaruh terhadap konsumsi, yang mana gaya hidup sendiri ialah hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Hal ini memberikan gambaran mengenai sebesar apa nilai moral yang dimiliki seseorang maupun suatu kelompok masyarakat tertentu. Tingginya gaya hidup disertai dengan zaman yang terus berkembang dan diikuti dengan budaya luar yang bebas mudah masuk sehingga mampu menggeser gaya hidup masyarakat menjadi sedikit berlebihan sehingga gaya hidup masyarakat pun berubah. Menurut Fauzan Bahamarianto Fajirin gaya hidup berpengaruh positif terhadap konsumsi (Fajiri, 2021).

Faktor selanjutnya adalah religiusitas. Seorang muslim harus bertindak sesuai dengan ajaran agama islam. Ahmed menegaskan bahwa religiusitas memiliki dampak yang signifikan baik pada kuantitas maupun kualitas konsumsi, baik pemenuhan kebutuhan material maupun spiritual. Bawono mengatakan jika seorang muslim yang sangat religius dia akan berpikir lebih baik tentang masa depan termasuk kehidupan dunia dan pahala di akhirat (Hoyle, 1999). Sehingga religiusitas dianggap sebagai representasi dari kemampuan seorang muslim untuk menerapkan apa yang dia yakini dan pahami dari ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari termasuk aktivitas yang berkaitan dengan konsumsi.

Berdasarkan data konsumsi rumah tangga yang terdapat di Indonesia pada tahun 2011-2020:

Tabel 1

Pertumbuhan konsumsi rumah tangga di Indonesia tahun 2011-2020

Tahun	Konsumsi RT
2011	19%
2012	21,1%
2013	21,1%
2014	20,58%
2015	19,84%
2016	21,05%
2017	19,78%
2018	20,18%
2019	20,18%
2020	16,02%

Dalam ekonomi Islam, kepuasan dalam konsumsi dikenal dengan masalah dengan pengertian terpenuhinya kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik zat maupun cara memperolehnya, tidak bersikap israf (berlebih-lebihan) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi (Harahap, Asyari, Julita, Sadikin, & Sholihin, 2023).

Menurut Qardhawi bahwa umat Islam banyak mengkonsumsi barang karena mengikuti hawa nafsunya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen Muslim dan non-Muslim sama-sama mencari kepuasan dalam pembelian mereka. Namun demikian penting untuk dicatat bahwa konsumen non-Muslim mengkonsumsi lebih banyak dari pada Muslim. Hal ini disebabkan konsumen non-Muslim bebas untuk mengkonsumsi barang yang mereka butuhkan.

Perbatasan Rao Pasaman merupakan kawasan multi etnik yang menjadi rumah bagi penduduk asli Minangkabau serta sejumlah etnik pendatang, seperti Mandailing, Melayu, dan Batak Toba. Dimana masyarakat Rao dikenal dengan tradisi “adat sumando serikat”, sebagai model kompromi pengaturan perkawinan di berbagai etnik. Kelompok etnik yang tinggal di wilayah perbatasan di Rao ini memiliki beragam keyakinan. Di Rao etnik Minangkabau dan Mandailing mengidentifikasi diri sebagai Muslim. Sementara itu, kelompok etnis Toba dan Batak Jawa masing-masing menganut agama Kristen Protestan dan Katolik.

Akibatnya wilayah ini adalah rumah bagi berbagai macam budaya dan kelompok etnik. Identitas etnik yang dimiliki kedua kelompok yaitu minangkabau dan mandailing cenderung menguat pada daerah yang dihuni oleh kelompok dominan. Seperti Nagari Taruang Taruang dan Nagari Padang Matinggi adat yang dipakai disesuaikan dengan mayoritas penduduk yang tinggal di tempat tersebut. Kedatangan orang mandailing ke wilayah Pasaman pada akhirnya memunculkan masalah terutama menyangkut perebutan tanah antara orang mandailing dan orang minangkabau, interaksi sosial yang intensif diantara kedua suku dan perkawinan campuran. Sehingga budaya menjadi penyebab ketidakcocokan di berbagai etnik. Dalam interaksi dan dinamika sosial perubahan identitas itu selalu terjadi di daerah multi etnik karena identitas sudah dipahami sebagai aspek publik, seperti makanan, pakaian, bahasa, adat istiadat dan kepercayaan. Namun, saat ini seiring dengan proses migrasi dan semakin terbukanya daerah perbatasan telah terjadi beberapa perubahan konsentrasi tempat tinggal etnik. Sehingga menyebabkan budaya diperbatasan berbeda. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Nurlela karena banyaknya masyarakat migrasi ke daerah perbatasan.

Proses interaksi antar etnik di daerah Rao tidak hanya memunculkan konflik dan integrasi budaya, tetapi memunculkan perubahan-perubahan dalam aspek keagamaan. Religiusitas di perbatasan berbeda karena nilai dan latar belakang demografi mereka, dimana mereka berada dipengaruhi beragam agama. Menurut Dadang Kahmad istilah modernisme dan tradisionalisme merupakan tipe ideal dari dua tatanan masyarakat yang berbeda seperti. Muhammadiyah cenderung berpaham modernis sedangkan NU, Perti dan Tarekat Nasyabandiah cenderung berpaham tradisional

Masyarakat yang rentan dengan budaya konsumsi yang berlebihan hal ini disebabkan karena banyaknya pusat-pusat perbelanjaan seperti swalayan, minimarket, pertokoan, sehingga pembeli akan terdorong untuk berbelanja. Masyarakat juga mengikuti hal-hal yang berkembang di mata publik. Sebagian besar masyarakat Islam mengikuti perkembangan model-model yang sangat populer seperti kendaraan, pakaian, kuliner, perhiasan dan alat-alat mekanis yang mengabaikan syariat yang dipatuhi sebagai seorang muslim. Kemajuan pesat dari pola ini telah membuat orang tertarik untuk mengkonsumsinya secara konsisten, sehingga gaya hidup terhadap konsumsi selalu meningkat.

Padahal dalam islam harus menghindari produk-produk yang dianggap haram mengkonsumsi dengan serakah dan makan makanan yang baik dan halal, baik dari segi substansi maupun hukumnya. Cara memperoleh halal yang dimaksud adalah halal dan tidak berlebihan atau sia-sia. Oleh karena itu, tingkat kepuasan seorang muslim tidak ditentukan oleh jumlah barang yang dia konsumsi, melainkan sejauh mana apa yang dia konsumsi memberikan kontribusi untuk ibadah kepada Allah. Sehingga konsumen yang religius akan membelanjakan asetnya untuk barang halal sesuai dengan hukum Islam. Karena masalah dan falah yang mengandung unsur kemaslahatan dan keberkahan merupakan tujuan konsumsi dalam Islam.

Meskipun sudah banyak penelitian yang mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi muslim. Namun belum ada penelitian yang mengungkapkan alasan dalam mengalokasikan apakah perilaku konsumsi keislamannya tetap kuat dipegangnya di saat berada di banyaknya komunitas non-Muslim.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu penelitian yang menganalisis data-data secara statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan atau meninterpretasikan analisis data tersebut untuk memperoleh kesimpulan. Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini bersifat asosiatif kausal, yang bertujuan untuk mencari atau menguji hubungan antara variabel. Yaitu mencari, menjelaskan suatu hubungan, memperkenalkan, menguji berdasarkan teori yang ada. Dalam penelitian ini menjelaskan hubungan variabel budaya (X1) variabel gaya hidup (X2) dan religiusitas (X3) sebagai variabel bebas dengan perilaku konsumsi muslim (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini dilakukan di perbatasan Rao Pasaman Sumatera Barat. Penulis mengambil lokasi ini karena tempat tersebut berkaitan dengan yang ingin penulis teliti. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 17 juni 2021 sampai selesai. Mulai pada tahap pengumpulan data, menganalisa dan membuat sebuah kesimpulan (Puteri, 2017).

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber aslinya. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada rumah tangga di perbatasan Rao Pasaman Sumatera Barat, yang berkaitan dengan jawaban dari pertanyaan

atau pernyataan kusioner. Data sekunder yaitu jenis data dalam bentuk yang sudah jadi melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan termasuk majalah, jurnal, dan lembaga lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Data sekunder penelitian ini adalah data yang diperoleh dari menganalisa buku-buku, penelitian, surat kabar dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling, Menurut Sari menyatakan bahwa, "Purposive Sampling" adalah salah satu teknik pengambilan sampel dengan memiliki tujuan tertentu dalam mengambilnya sebagai sampel (Sugiyono, 2019). Rao Pasaman terdiri dari lima Nagari yaitu Padang Matinggi, Padang Matinggi Utara, Taruang-taruang, Taruang-taruang Selatan dan Taruang-taruang Utara.

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang. Obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Persamaan yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \epsilon$$

Dari perasamaan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

### a. Variabel indevidenden

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun negatif. Berdasarkan rumusan penelitian, maka yang menjadi variabel independen adalah budaya (X1), gaya hidup (X2) dan religiusitas (X3)

### b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Dengan mengenali variabel dependen yang digunakan dalam model penelitian, maka hakikat dari sebuah masalah dapat terlihat. Berdasarkan rumusan penelitian, maka yang menjadi variabel dependen adalah perilaku konsumsi rumah tangga muslim (Y).

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Variabel penelitian secara khusus merujuk pada setiap kejadian ini. Kunci untuk

memperoleh data yang diinginkan dari responden dalam suatu penelitian adalah dengan menggunakan instrumen yang tepat. Penyebaran kuesioner kepada responden yang disusun menurut skala likert dan terdiri dari kalimat-kalimat yang berhubungan positif dengan penggunaan variabel penelitian merupakan salah satu metode yang digunakan.

Skala Likert adalah suatu jenis skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang peristiwa sosial. Dengan skala ini, ukuran variabel yang diukur menjadi indikator variabel. Variabel-variabel tersebut menjadi landasan dalam pembuatan item instrumen, yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Skala likert dengan gradasi dari positif ke negatif digunakan untuk setiap respon.

Validitas suatu instrumen dievaluasi dengan bantuan uji validitas. Penyimpangan dari data yang terkumpul akan ditunjukkan dengan tinggi atau rendahnya validitas. Data yang ada tidak akan menunjukkan penyimpangan jika validitasnya tinggi. Dengan menggunakan teknik korelasi product moment dan rumusnya, uji validitas dalam penelitian ini diolah dengan SPSS. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keandalan suatu instrument. Instrument yang reliable akan menunjukkan bahwa instrument tersebut akan mampu mengungkapkan data yang dapat dipercaya (dapat diandalkan). Uji reliabilitas dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS, dengan menggunakan alat ukur ordinal. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat memberi hasil. Pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat pengukuran yang sama. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik cronbach alfa  $>0,60$ , Di mana pada pengujian ini menggunakan bantuan computer program SPSS.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah model regresi mengidentifikasi adanya korelasi antara variabel bebas atau independen. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Variabel-variabel ini tidak ortogonal jika variabel independen berkorelasi. Variabel independen dengan nilai korelasi antara mereka yang sama dengan nol dikenal sebagai variabel ortogonal. Prosedur untuk menentukan apakah model regresi memiliki multikolinearitas atau tidak adalah sebagai berikut:

- a. Nilai R<sup>2</sup> yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b. Meneliti matriks korelasi variabel bebas. Multikolinearitas ditunjukkan dengan korelasi yang cukup tinggi antar variabel independen, biasanya lebih besar dari 0,90. maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
- c. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation faktor (VIF). Keduaukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF >10$ .

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil penelitian

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah model regresi mengidentifikasi adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Nilai toleransi dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) yang dihasilkan dapat digunakan untuk menentukan apakah model yang digunakan menunjukkan multikolinearitas atau tidak. Nilai toleransi kurang dari atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10 biasanya digunakan sebagai nilai cut off untuk mengidentifikasi multikolinearitas. Hasil uji kolinearitas adalah sebagai berikut yang diperoleh dengan SPSS.

Tabel 2  
Ringkasan Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	Budaya	0.948	1.055
	Gayahidup	0.862	1.160
	Religiusitas	0.841	1.189

Sumber: Hasil olahan data spss16 2022

Dari tabel di atas, hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance yang kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi pengaruh budaya gaya hidup dan religiusitas terhadap Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam perilaku konsumsi tidak terjadi multikolonieritas.

**Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model regresi dapat dilakukan dengan melakukan uji Durbin Watson (DW Test), dari hasil olahan data yang dilakukan diperoleh nilai DW sebesar 1,884

Tabel 3  
Hasil Uji Autokorelasi

N	D	DL	DU	4-DL	4-DU
100	1,884	1,6131	1,7364	2,3869	2,2636

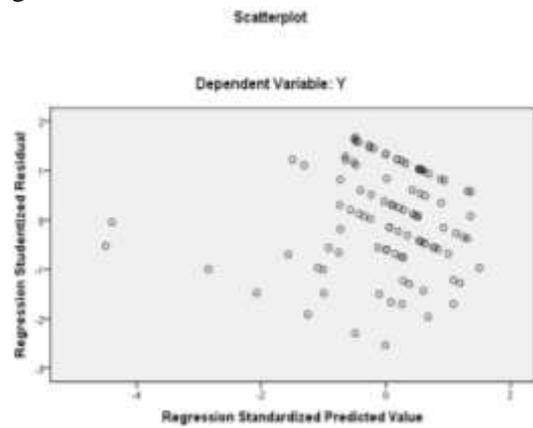
Sumber: Hasil olahan data spss16 2022

Selanjutnya dengan menggunakan uji autokoelasi Hasil =  $DU < D < 4-DU$   
 $= 1,7364 < 1,884 < 2,2636$

Dari hasil olahan data yang dilakukan diperoleh nilai DW sebesar 1,884 nilai tersebut berada diantara 1,6131–1,7364. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.. Homoskedastisitas terjadi ketika varian residual antara dua pengamatan tetap tidak berubah. Satu dengan homoskedastisitas atau tanpa heteroskedastisitas adalah model regresi yang baik. Plot grafis antara nilai prediktif terikat, atau ZPRED, dan SRESID residual dapat digunakan untuk menentukan apakah ada heteroskedastisitas atau tidak. Grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y merepresentasikan prediksi Y dan sumbu X merepresentasikan residual (prediksi Y – Y sebenarnya) yang telah dipelajari, dapat digunakan

untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas. Hasil keluaran SPSS dari uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:



Gambar 1

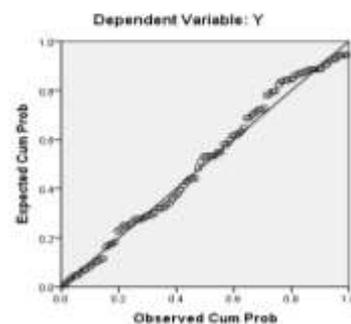
Scatterplots Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik scatterplots di atas dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi perilaku konsumsi Islami berdasarkan masukan variabel independen budaya, gaya hidup, dan religiusitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Metode yang digunakan adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Berikut ditampilkan grafik plot hasil output SPSS.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2  
Normal Plot

Dengan melihat tampilan grafik normal plot di atas, terlihat titik-titik menyebar dan mengikuti garis diagonal, dapat disimpulkan bahwa grafik normal plot menunjukkan bahwa model regresi sudah terdistribusi normal.

**Analisis Regresi linear bergada**

Analisis regresi linear berganda berguna untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), dalam penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh variabel budaya (X1), gaya hidup (X2) dan religiusitas (X3) terhadap variabel perilaku konsumsi muslim (Y).

Tabel 4  
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig
	B		Std. Error	Beta		
1	(Constant)		16.076		5.182	.000
	Budaya		.096	.185	2.024	.046
	Gaya hidup		.120	.224	2.342	.021
	Religiusitas		.294	.281	2.908	.005

Sumber: Hasil olahan data spss16 2022

$$Y = 16.076 + 0.096 X1 + 0.120 X2 + 0.294 X3$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel indeviden dengan variabel devenden secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa

- a. Nilai konstanta adalah 16.076, artinya jika terjadi perubahan variabel budaya, gaya hidup dan religiusitas nilai X1, X2 dan X3 adalah 0, maka perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat ada sebesar 16.076 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi budaya adalah 0.096, artinya jika variabel budaya meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel gaya hidup dan religiusitas adalah 0. Maka perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat ada sebesar 0.096 Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel sarana prasarana berpengaruh negatif bagi perilaku konsumsi, sehingga makin komplit sarana prasarana yang disediakan rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat maka semakin rendah pula perilaku masyakat.
- c. Nilai koefisien regresi gaya hidup sebesar 0.120, artinya jika variabel gaya hidup meningkat 1% dengan asumsi variabel budaya dan religiusitas adalah 0, maka perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat akan meningkat sebesar 0.120 satuan.

- d. Nilai koefisien regresi religiusiras sebesar 0.294 artinya jika variabel religiusitas meningkat 1% dengan asumsi variabel budaya dan gaya hidup adalah 0, maka perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat akan meningkat sebesar 0.294 satuan.

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan berapa besar persentase variabel bebas (budaya, gaya hidup dan religiusitas) secara bersama-sama menerangkan variasi variabel terikat (perilaku konsumsi Islami).

Tabel 5  
Uji Koefisien Determinasi R-square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	.494 <sup>a</sup>	.244	.220	2.097

Sumber: Hasil olahan data spss16 2022

Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,244 Yang artinya bahwa pengaruh variabel budaya, gaya hidup dan religiusitas secara simultan bersama-sama terhadap Perilaku konsumsi sebesar 24,4%. Sedangkan sisanya yaitu 75,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

**Uji Parsial (Uji t)**

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada dalam model penelitian terhadap variabel terikat.

Tabel 6

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	16.076			5.182	.000
	Budaya	.096	.185		2.024	.046
	Gaya hidup	.120	.224		2.342	.021
	Religiusitas	.294	.281		2.908	.005

Sumber: Hasil olahan data spss16 2022

Dengan nilai  $t_{tabel}$   $\alpha=5\%$  dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  atau  $100-2-1 = 97$  (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Maka  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ;  $df = 97$ ) diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,660. Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen budaya, gaya hidup, religiusitas terhadap variabel dependen (perilaku konsumsi muslim)) dapat dilihat dari nilai signifikan setiap variabel.

Berdasarkan tabel diatas dengan mengamati kolom t dan sig dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh budaya terhadap perilaku konsumsi muslim

Berdasarkan output koefisien di peroleh nilai Thitung sebesar 2.024 lebih kecil dari Ttabel 1,660 dan nilai signifikasi sebesar 0,046 lebih kecil dari 0,05. maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan variabel budaya terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat

b. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi muslim

Berdasarkan output koefisien di peroleh nilai Thitung sebesar 2.342 > dari Ttabel 1,660 dan nilai signifikasi  $0,021 < 0,05$ . maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan yang artinya gaya hidup terdapat pengaruh terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat. Artinya semakin tinggi tingkat gaya hidup rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman maka semakin tigggi pula perilaku konsumsi rumah tangga muslim tersebut.

c. Pengaruh Religiusitas terhadap perilaku konsumsi muslim

Berdasarkan output koefisien di peroleh nilai Thitung sebesar 2.908 > dari Ttabel 1,660 dan nilai signifikasi  $0,005 < 0,05$ . Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel religiusitas terhadap perilaku konsumsi muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat. Artinya semakin

tinggi tingkat religiusitas rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman maka semakin tinggi pula perilaku konsumsi muslim tersebut.

### 3.2. Pembahasan

#### Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumsi Muslim di Di Perbatasan Rao Pasaman

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim di perbatasan rao pasaman. Hal ini dilihat dari uji nilai Thitung sebesar 2.024 lebih kecil dari dari Ttabel 1,660 dan nilai signifikasi sebesar 0,046 lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien sebesar 0,096.

Faktor kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas pada tingkah laku konsumen karena budaya merupakan sekelompok nilai- nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol. Budaya dapat dilihat dari kepercayaan, pandangan dan kebiasaan konsumen terhadap suatu produk. Semakin tinggi kepercayaan terhadap produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Untuk meningkatkan perilaku konsumen dengan memperhatikan faktor kebudayaan, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah Dengan memahami beberapa bentuk budaya dari masyarakat dimana dapat membantu pemasar dalam memprediksi penerimaan konsumen terhadap suatu produk karena budaya dapat mempengaruhi masyarakat secara tidak sadar. Faktor kebudayaan berpengaruh terhadap perilaku konsumen, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shipman dan Beril Durmus, selanjutnya Hossein Abdolmeleki dan zahra Sadat Mirzazadeh (Darmawan, 2019). Semua penelitian tersebut menyebutkan bahwa budaya berpengaruh terhadap perilaku konsumsi

### Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Muslim di Di Perbatasan Rao Pasaman

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim di di perbatasan rao pasaman. Hal ini dilihat dari uji  $T_{hitung}$  sebesar  $2.342 >$  dari  $T_{tabel}$  1,660 dan nilai signifikansi  $0,021 <$   $0,05$ , dan nilai koefisien sebesar 0,120. Dengan demikian semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula tingkat konsumsinya.

Hasil tersebut sesuai dengan teori yang dilakukan oleh Fauzan Bahamarianto Fajirin dengan judul Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami. Dimana masyarakat di perbatasan rao pasaman masih terbilang masyarakat yang masih berkembang. Namun karena perkembangan zaman yang terus maju dan diikuti dengan budaya luar yang bebas masuk sehingga mampu menggeser gaya hidup masyarakat menjadi sedikit berlebihan sehingga gaya hidup masyarakat pun berubah. Sehingga dapat disimpulkan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Indra Rahmayani, bahwa fenomena nilai yang berubah dan gaya hidup memberi pengaruh pada persepsi konsumen dalam menentukan kebutuhan dan tempat mendapatkannya, yang sesuai status dan daya belinya. Persepsi konsumen dipengaruhi oleh keberadaan dan kondisi barang, pengalaman belanja sebelumnya, status sosial, informasi, waktu yang ada, tingkat harga dan sebagainya

kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rurin Dewi Anggraini dengan judul Analisis Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat, sehingga dapat disimpulkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat. Dan penelitian yang dilakukan oleh Pangestika Pangestika, Pengaruh Literasi Keuangan, Faktor demografis, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif, hasil ini membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

### **Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Muslim di Di Perbatasan Rao Pasaman**

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim di perbatasan rao pasaman. Hal ini dilihat dari uji  $T_{hitung}$  sebesar  $2.908 >$  dari  $T_{tabel}$  1,660 dan nilai

signifikansi  $0,005 <$   $0,05$ . dan nilai koefisien sebesar 0,294. Hasil penelitian ini juga sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Rionita dan Tika Widiastuti, menyatakan Religiusitas berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap perilaku konsumsi. Sehingga dalam mengkonsumsi selalu melibatkan Allah sehingga bernilai ibadah yang tujuannya rumah tangga mendapatkan pahala.

Dan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Riki Yahya, Isnaini Harahap, dan Zuhrial M. Nawawi bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat Muslim. Dalam melakukan konsumsi, seorang muslim diasumsikan akan cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum. Menurut Sumbu Latin Miatum dan Lukman Santoso mengatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap gaya hidup konsumen muslim, dimana seorang muslim akan didasarkan pada agama sehingga seseorang mengikuti gaya hidup tertentu karena dasar keyakinan, seperti tidak boros.

Anton Bawono menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang dominan terhadap perilaku konsumsi. Konsumsi seseorang rasional dan tidak berlebihan karena memiliki religiusitas yang Islami. Kemudian Muhammad Reza Hermanto juga mengungkapkan bahwa religiusitas juga mempengaruhi konsumsi seseorang, menurutnya semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan semakin sedikit barang yang dikonsumsi, karena seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan menerapkan prinsip hidup sederhana seperti yang dianjurkan dalam Islam. dan menurut Junaidi religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumsi

### **Pengaruh Budaya, Gaya Hidup dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi**

Secara bersama-sama variabel budaya gaya hidup, religiusitas mempengaruhi perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman Sumatera Barat. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$   $10.325 >$   $F_{tabel}$  2,70 dengan signifikansi  $0,00 <$   $0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel budaya, gaya hidup dan religiusitas secara simultan (bersama-sama) dapat menjelaskan variabel perilaku konsumsi muslim di perbatasan rao pasaman Sumatera Barat.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah dan Muliana (religiusitas dan gaya hidup) dan penelitian yang dilakukan oleh Adhi Tejo Dwicahyo, Nunuk Adiani dan Mudatsir Najamuddin (budaya)

menyimpulkan bahwa variabel budaya, gaya hidup dan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan mengenai “faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman Sumatera Barat”.

- a. Secara parsial, hal ini dilihat dari uji Thitung sebesar  $(2.024) < T_{tabel} (1,660)$  dengan signifikan sebesar 0,046 lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien sebesar 0,096. Sehingga  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel budaya terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat”.
- b. Secara parsial, hal ini dilihat dari uji Thitung sebesar  $(2,342) > T_{tabel} (1,660)$  dengan signifikan  $0,021 < 0,05$  dan nilai koefisien sebesar 0,120. Sehingga  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat”.
- c. Secara parsial, hal ini dilihat dari uji Thitung sebesar  $(2.908) > T_{tabel} (1,660)$  dengan signifikan  $0,005 < 0,05$  dan nilai koefisien sebesar 0,294. Sehingga  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel religiusitas terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat”.
- d. Secara simultan, hal ini dapat dilihat dari uji Fhitung sebesar  $10.325 > F_{tabel} 2,70$  dengan signifikan  $0,00 < 0,05$ . Maka terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel budaya, gaya hidup religiusitas dan perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan rao pasaman sumatera barat”.

#### 5. REFERENSI

Adella, S., Rusyaida, R., Sari, K. H., Sari, O. L., & Sholihin, A. (2022). Model Pengembangan Usaha Mikro Industri Pakaian Jadi (Konveksi) Pada Era Pandemic Disease (Covid-19) Di Kota Bukittinggi dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3627-3639.

Anggraini, D., Azman, H., Hasanah, N., Febrian, H., & Sholihin, A. (2023). Pengaruh Flash Sale dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.

Darmawan, A. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 44-56.

Fajiri, F. B. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada New Normal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 165.

Frulyndese, S. (2016). Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado. *Jurnal Literasi Budaya*, 54.

Harahap, M. M., Asyari, A., Julita, V., Sadikin, S., & Sholihin, A. (2023). & Sholihin, A. (2023). Pengaruh Religiusitas, Pengalaman Kerja dan Penguasaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Pasaman). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1492-1500.

Hoyle, R. (1999). *Statistical Strategies for Small Sample Research*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Kurniawan, A., & Mustofa, U. A. (2022). Penerapan Akuntansi Lingkungan Badan Usaha Milik Desa Untuk Mewujudkan Green Accounting Badan Usaha Milik Desa Adijaya Lampung Tengah. *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan*, 87-98.

Lehrer, E., & Light, B. (2017). The Effect Of Interest Rates On Consumption In An Income Fluctuation Problem. *Journal Of Economic Dynamics And Control*, 63-71.

Persaulian, B., Aimon, H., & Anis, A. (2013). Analisis Konsumsi Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi I(2)*.

Puteri, H. (2017). *Modul Metodologi Penelitian Ekonomi Syariah*. Bukittinggi.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Thomas, M. T. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Jurnal Management*, 64.