

PENGARUH GAYA HIDUP DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ISLAMI PADA *NEW NORMAL* (STUDI KASUS MASYARAKAT MUSLIM USIA PRODUKTIF DI SURABAYA)

Fauzan Bahamarianto Fajirin

Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: fauzan.17081194033@mhs.unesa.ac.id

Rachma Indrarini

Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: rachmaindrarini@unesa.ac.id

Abstrak

Dalam ajaran agama Islam perilaku konsumsi didasarkan pada Al-Quran dan Hadits dimana dalam berkonsumsi, kepuasan tidak menjadi nomor satu, tetapi masalah (manfaat) yang haruslah diutamakan dalam melakukan kegiatan konsumsi. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi islami salah satunya adalah gaya hidup dan tingkat pendapatan. Situasi dan kondisi pada masa "new normal" juga dapat mempengaruhi adanya perubahan dalam perilaku konsumsi islami. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumsi islami pada new normal. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis data regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah gaya hidup dan tingkat pendapatan berpengaruh positif secara simultan maupun parsial terhadap perilaku konsumsi islami di masa new normal.

Kata Kunci : perilaku konsumsi islami, pendapatan, gaya hidup, new normal.

Abstract

In the teachings of Islam, consumption behavior is based on the Al-Quran and Hadith where in consumption, satisfaction is not number one, but masalah (benefit) must be prioritized in carrying out consumption activities. Many factors can influence Islamic consumption behavior, one of which is lifestyle and income level. Situations and conditions during the "new normal" period can also influence changes in Islamic consumption behavior. The purpose of this research is to see the effect of lifestyle and income levels on Islamic consumption behavior in the new normal. This study uses a quantitative descriptive approach with multiple linear regression data analysis techniques. The results of this study are lifestyle and income levels have a positive effect simultaneously or partially on Islamic consumption behavior in the new normal period.

Keywords: Islamic consumption behavior, income, lifestyle, new normal.

1. PENDAHULUAN

Perilaku konsumsi merupakan sebuah kegiatan yang memiliki pergerakan dinamis, hal ini berarti perilaku seorang konsumen selalu berubah dan bergerak dari waktu ke waktu (Husaini, 2016). Terdapat perbedaan-perbedaan yang *basic* antara perilaku konsumsi dalam islam dengan perilaku konsumsi secara konvensional. Perbedaan tersebut menyangkut dasar-dasar seperti motif dan tujuan dalam melakukan kegiatan konsumsi. Terdapat tiga nilai dalam perilaku konsumsi islam yang tidak terdapat dalam

konvensional yakni, percaya bahwa hari kiamat nyata adanya, jumlah kekayaan yang dimiliki tidak bisa menjadi tolak ukur kesuksesan dalam islam, kedudukan harta merupakan sebuah anugrah dari Allah SWT (Wigati, 2011).

Konsumsi dalam islam selalu erat kaitannya dengan peranan keimanan seorang muslim. Artinya tingkat keimanan seorang muslim dapat memberikan *mindset* baru terhadap pola perilaku konsumsi mereka (Putriani & Shofawati, 2015). Tidak ada larangan dalam islam yang melarang manusia melakukan kegiatan konsumsi, namun islam memberikan batasan-batasan untuk tidak mengkonsumsi sesuatu yang haram kecuali dalam keadaan darurat. Hal tersebut tertuang dalam surat Al-Baqarah Ayat 173 yang berbunyi:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya, sesungguhnya Allah maha pengampun lagi maha penyayang*”. (Al-Baqarah : 173)

Berdasarkan tafsir dari Ibnu Katsir menjelaskan bahwa mengkonsumsi barang/jasa yang halal merupakan salah satu sebab terkabulnya doa kita, sebaliknya mengkonsumsi sesuatu yang mengandung unsur haram akan menghalangi diterimanya doa dan ibadah kita. Namun Allah SWT telah memberikan kemudahan-kemudahan kepada hambanya dalam situasi dan kondisi tertentu. Allah memperbolehkan kita untuk mengkonsumsi makanan yang haram (bangkai, daging babi, darah, dll) jika memang tidak ada makanan lain yang dimakan untuk bertahan hidup (Adenin, 2017).

Perilaku konsumen adalah fenomena kompleks yang dapat dipengaruhi oleh faktor beraneka ragam layaknya kebiasaan, adat istiadat, tradisi, keyakinan agama dan sumber daya (ekonomi) yang dimiliki individu (Khan, 1989). Terdapat tiga poin utama yang ditekankan dalam teori perilaku konsumsi islam menurut Akram Khan yaitu : terciptanya keseimbangan antara konsumsi duniawi dan akhirat, mengesampingkan pemenuhan keinginan dan mengutamakan pemenuhan kebutuhan, sesuai dengan ajaran islam dan tidak menyimpang (Hakim, 2015). Dalam penelitian ini terdapat tiga indikator yang digunakan pada variabel perilaku konsumsi islami yakni: keseimbangan dalam konsumsi, membelanjakan harta pada sesuatu yang halal, tidak berelebihan-lebihan dalam menggunakan harta.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seorang konsumen dalam menentukan keputusan pembelian (’Awifa et al., 2016). Faktor yang paling berpengaruh dalam berkonsumsi adalah faktor pribadi, faktor pribadi adalah faktor yang berasal dari dalam diri sendiri berupa karakteristik dan ciri khas suatu individu tertentu. Faktor pribadi meliputi usia, pekerjaan, keadaan ekonomi (hal ini dapat dihubungkan dengan tingkat pendapatan seseorang), gaya hidup serta kepribadian (Munandar, 2017).

Gaya hidup merupakan salah satu ciri khas manusia, gaya hidup yang dimiliki manusia dapat berbeda-beda antara manusia satu dengan manusia lainnya. Gaya hidup seseorang bisa diekspresikan dalam bentuk aktivitas, minat, dan opininya (Kotler, 2002). Hal tersebut dapat menjelaskan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Pola hidup suatu individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya pada umumnya ditentukan oleh kegiatan fisik maupun non fisik yang dilakukan oleh orang tersebut. Indikator gaya hidup yang dipilih pada penelitian ini meliputi aktifitas/kegiatan, minat/ketertarikan dan pendapat/opini. Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang, faktor-faktor tersebut terbagi kedalam dua kategori yakni faktor internal dan faktor eksternal (Ratna & Nasrah, 2015). Seorang muslim yang memiliki gaya hidup konsumtif perlu ditanyakan lagi tingkat keimanannya. Pasalnya pada surat Al-Isra' ayat 27 yang berarti "Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaiton dan syaiton itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya", dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa seorang yang memiliki kebiasaan konsumtif sama halnya dengan para syaiton yang sangat ingkar dengan Allah SWT. Oleh karena itu gaya hidup yang berlebihan tidak diperbolehkan dalam agama Islam dan Islam mengajarkan umatnya untuk hidup "secukupnya".

Sayangnya, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sa'diyah (2016) gaya hidup masyarakat Kota Surabaya relatif hedon, hal tersebut dapat dibuktikan dengan data yang menunjukkan bahwa 53,3% responden penelitian cenderung memilih kegiatan *hangout* di café untuk mengisi waktu luang. Hal tersebut tentunya bertentangan dengan ajaran agama Islam yang mengharuskan umatnya untuk tidak menghambur-hamburkan uangnya untuk kenikmatan duniawi saja.

Tingkat pendapatan seorang konsumen juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang (Indriani, 2015). Menurut Sumardi & Evers (1993: 323) menyebutkan bahwa pendapatan adalah total penghasilan dari seluruh anggota keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun perseorangan dalam keluarga. Jika melihat pernyataan dari Sumardi, beliau menganggap dalam satu keluarga terdapat beberapa orang yang bisa menghasilkan pendapatan kemudian pendapatan dalam keluarga tersebut digabung dan dimanfaatkan guna memenuhi kebutuhan hidupnya mulai dari kebutuhan pokok, sekunder dan tersier. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ratna & Nasrah (2015) menyimpulkan bahwa semakin besar jumlah pendapatan seorang individu maka semakin besar pula jumlah konsumsi yang mereka keluarkan setiap bulannya untuk bisa memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Dilansir dari jawapos.com, Surabaya merupakan kota atau wilayah dengan UMK tertinggi di provinsi Jawa Timur. Pada tahun 2021 UMK di Kota Surabaya sebesar Rp 4.100.479, nilai tersebut merupakan UMK yang paling tinggi di Jawa Timur (Jawapos.com, 2020). Upah minimum kabupaten/kota (UMK) adalah suatu standard minimal gaji yang diberikan oleh pelaku industri kepada tenaga kerjanya dengan melihat ketentuan-ketentuan yang berlaku di masing-masing daerah (Purnomo, 2016).

Selain itu, adanya covid 19 membuat pemerintah mengeluarkan aturan baru yakni menerapkan "*new normal*", kebiasaan atau normal baru adalah suatu kondisi yang mengharuskan kita untuk mengubah cara hidup lama menjadi baru agar bisa menjalankan kegiatan ditengah pandemi *covid 19* dengan aman (Habibi, 2020). Salah satu anjuran pemerintah tersebut juga menjadi salah satu faktor penyebab terjadinya perubahan

perilaku konsumsi (Azimah dkk, 2020). Berubahnya kebiasaan belanja secara *offline* menjadi *online* merupakan salah satu contoh perubahan perilaku konsumsi yang terjadi semenjak diterapkannya “normal baru”. Menurut Annur (2020) dalam situs katadata.co.id menyebutkan bahwa adanya kenaikan sebesar 44% belanja secara online (bahan pokok) selama pandemi berlangsung.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Risnawati (2020) menyebutkan bahwa perilaku konsumsi merupakan suatu bentuk tindakan yang khas seorang konsumen yang muncul akibat respon psikologis. Pada penelitian tersebut juga dijelaskan tiga faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi. Faktor tersebut adalah faktor ekonomi, faktor demografi dan faktor non ekonomi. Meskipun sama-sama menggunakan faktor gaya hidup dan tingkat pendapatan sebagai variabel penelitian, namun objek serta situasi kondisi penelitian yang digunakan berbeda. Oleh karenanya, sebagai sarana pembaruan penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk mengangkat topik yang serupa.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yang terbagi kedalam dua variabel bebas (gaya hidup dan tingkat pendapatan) dan satu variabel terikat (perilaku konsumsi islami). Sedangkan perilaku konsumsi islami bertumpu pada tiga hal yakni keseimbangan dalam berkonsumsi, membelanjakan harta pada sesuatu yang halal, dan tidak boros.

Gaya hidup merupakan konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai seorang konsumen (Engel et al., 1995). Pada penelitian ini gaya hidup mengacu kepada tiga hal utama yaitu aktivitas, ketertarikan dan pendapat dari seseorang. Menurut Normiasari (2019) gaya hidup berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumsi islami. Orang pada masa *new normal* cenderung melakukan kegiatannya di dalam rumah saja, kebiasaan tersebut dapat mempengaruhi perubahan pada perilaku seorang konsumen (Azimah & dkk, 2020). Sehingga diasumsikan bahwa:

H1: Gaya hidup berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumsi islami pada masa *new normal*.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pendapatan adalah hasil kerja dari usaha dan sebagainya. Pada penelitian ini tingkat pendapatan dilihat dari jumlah pemasukan tiap bulan (termasuk didalamnya uang saku maupun uang nafkah dari suami). Menurut Widianita (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumsi islami. Pada masa *new normal* banyak orang kehilangan pekerjaan akibat PHK massal (Randi, 2020), hal tersebut membuat pendapatan mereka berkurang sehingga dapat menyebabkan perilaku konsumsinya berubah (Hanum, 2017). Sehingga dapat diasumsikan:

H2: Tingkat pendapatan berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumsi islami pada masa *new normal*.

Gaya hidup dan tingkat pendapatan memiliki hubungan yang positif terhadap perilaku konsumsi islami, hal tersebut diungkapkan oleh Hasnira (2017) pada penelitiannya. Gaya hidup yang tinggi (konsumtif) akan berpengaruh terhadap perilaku konsumsinya yang juga tinggi, begitu pula pada tingkat pendapatan, orang yang memiliki tingkat pendapatan yang tinggi cenderung memiliki perilaku konsumsi yang tinggi juga. Sehingga dapat diasumsikan:

H3: Gaya hidup dan tingkat pendapatan berpengaruh secara positif secara simultan terhadap perilaku konsumsi islami pada masa *new normal*.

Skala *likert* digunakan dalam mengukur data pada variabel gaya hidup dan perilaku konsumsi islami dengan interval 1-4, sedangkan tingkat pendapatan menggunakan skala nominal. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* dengan memanfaatkan *google form*.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh warga Surabaya yang beragama Islam usia produktif, menurut Badan Pusat Statistika (BPS) Kota Surabaya, pada tahun 2019 penduduk yang beragama Islam di Surabaya berjumlah 2.701.588 jiwa. BPS Surabaya juga memproyeksikan pada 2019 warga Surabaya dengan usia 15-64 tahun terdapat 73,6%. Sehingga jumlah populasi pada penelitian ini sebesar $(2.701.588 \times 73,6\% = 1.988.369$ jiwa) (BPS, 2019). Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden, sampel dicari dengan memanfaatkan rumus slovin. Berikut perhitungannya:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \quad (1)$$

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.988.369}{1 + 1.988.369 \cdot (10\%)^2} \\ &= 99,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = toleransi ketidakteelitian dalam kesalahan pengambilan sampel.

Pengambilan sampel pada penelitian ini memakai teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Sebelum menganalisis data, perlu dilakukan uji instrumen agar instrumen dalam penelitian ini bisa dikatakan valid (layak) dan reliabel. Setelah itu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas. Kemudian dilakukan uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji parsial dan simultan) dan uji R square. Persamaan yang digunakan dalam regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 \quad (2)$$

Keterangan:

Y : Perilaku konsumsi islami

X1 : Gaya hidup

X2 : Tingkat pendapatan

b0 : Konstanta

b1 : Koefisien regresi gaya hidup

b2 : Koefisien regresi tingkat pendapatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran angket/kuesioner pada penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 April 2021 sampai 12 April 2021. Pada pengumpulan data pada tanggal tersebut diperoleh 100 sampel penelitian sesuai pada metode penelitian. Terdapat lima klasifikasi dalam

responden tersebut yakni berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, domisili, dan tingkat pendapatan. Berikut tabel mengenai data karakteristik responden pada penelitian ini:

Tabel 1. Data Karakteristik Responden

Karakteristik		Jumlah Responden	Presentase
Jenis Kelamin	Perempuan	65	65 %
	Laki-laki	35	35 %
Total		100	100 %
Usia	15-25 tahun	91	91 %
	26-35 tahun	8	8 %
	36-45 tahun	0	0 %
	46-64 tahun	1	1 %
Total		100	100 %
Pekerjaan	Siswa/Mahasiswa	81	81 %
	Karyawan swasta	11	11 %
	Wirausaha	3	3 %
	PNS	1	1 %
	Lainnya	4	4 %
Total		100	100 %
Domisili	Gubeng	12	12 %
	Tambaksari	7	7 %
	Wonokromo	7	7 %
	Kenjeran	6	6 %
	Lainnya	68	68 %
Total		100	100 %
Pendapatan	< Rp 1.500.000	72	72 %
	Rp 1.501.000 – Rp 2.500.000	13	13 %
	Rp 2.501.000 –Rp 3.500.000	8	8 %
	> Rp 3.501.000	7	7 %
Total		100	100 %

Sumber: Data primer diolah oleh penulis.

Berdasarkan tabel 1 mengenai data karakteristik responden dapat dijelaskan bahwa, jenis kelamin perempuan mendominasi responden penelitian dengan total 65 orang. Untuk usia, dari 100 responden mayoritas berusia antara 15-25 tahun dengan jumlah 91 orang, Untuk jenis pekerjaan, responden yang berstatus siswa maupun mahasiswa mendominasi data penelitian dengan jumlah 81 orang. Untuk klasifikasi domisili responden terbanyak berada pada Kecamatan Gubeng yakni sebanyak 12 orang (12%). Kemudian responden dengan tingkat pendapatan dibawah Rp 1.500.000 menjadi responden yang paling banyak dalam penelitian ini yakni sebanyak 72 orang.

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Tingkat signifikansi pada uji validitas dalam penelitian ini adalah 0,05 (5%) dengan menggunakan 55 jumlah responden (N), sehingga *r tabel* yang diperoleh adalah 0,266. Data penelitian bisa dikatakan valid jika nilai *r hitung* (*pearson correlation*) > *r tabel*. Pada uji instrument yang dilakukan pada SPSS menyebutkan bahwa, setiap instrumen

dalam penelitian ini memiliki nilai *r hitung* yang lebih besar daripada *r tabel* (0,266). Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pada penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Nunnally dalam Yusup (2018) menyatakan bahwa instrument dikatakan reliable jika koefisien reliabilitas alfa cronbach lebih dari 0,70 ($r_i > 0,70$). Dalam penelitian ini variabel X1 (gaya hidup) memiliki nilai *Alfa Cronbach* 0,842 (84,2%) > 70% dan variabel Y (perilaku konsumsi islami) 0,737 (73,7%) > 70%. Kedua variabel penelitian memiliki nilai *Alfa Cronbach* lebih besar dari 70%, sehingga dapat dijabarkan bahwa variabel telah reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas data dilakukan dengan melihat grafik *probability plot* pada SPSS. Data-data penelitian dapat memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, jika grafiknya sesuai dengan ketentuan tersebut maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ijje & Santoso, 2015). Dari grafik yang tertera di SPSS dapat dijelaskan bahwa sebaran titik-titik mengikuti garis atau kurva yang ada dan tidak ada titik yang melenceng jauh dari kurva tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwasannya data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Pada penelitian ini, nilai VIF dari masing-masing variabel bebas yakni Gaya Hidup (X1) dan Pendapatan (X2) sama yaitu sebesar 1,006. Nilai tersebut lebih kecil dari 10 sehingga bisa disimpulkan model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas. Selain itu nilai Tolerance dari kedua variabel bebas juga lebih besar dari 0,1 yakni sebesar 0,994.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan dengan melihat grafik *Scatterplot*. Hasil grafik menunjukkan bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola dan menyebar secara acak atau *random*. Tidak ditemukan adanya titik-titik yang membentuk sebuah gelombang yang melebar lalu menyempit. Persebaran titik juga berada diatas dan dibawah angka 0, dan tidak menyatu dipada satu area. Sehingga dapat disimpulkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Parsial (uji t)

Uji parsial dilakukan dengan tujuan untuk melihat pengaruh secara sendiri-sendiri variabel X terhadap variabel Y. berikut hasil uji t pada penelitian ini:

Tabel 2. Hasil Uji t

		Coefficients			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.134	3.806		6.603	.000
	Gaya Hidup	.718	.098	.595	7.335	.000
	Pendapatan	.901	.452	.162	1.994	.049

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi Islami

Sumber: Output SPSS, diolah oleh penulis.

Uji t bisa dilihat dengan cara membandingkan nilai *t hitung* dengan *t tabel*. Apabila nilai *t hitung* lebih besar dari *t tabel* maka secara parsial variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Besaran *t tabel* pada penelitian ini adalah sebesar 1,988. Pada variabel X1 (gaya hidup) diperoleh angka *t hitung* sebesar 7,335 dan pendapatan sebesar 1,994. Kedua variabel tersebut memiliki nilai *t hitung* > *t tabel*. maka dapat dijabarkan bahwa secara parsial variabel gaya hidup dan tingkat pendapatan memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

Uji Simultan (uji F)

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel ANOVA yang sudah dilakukan pengujian pada aplikasi SPSS. Tujuan dilakukannya uji F adalah untuk mengetahui pengaruh variabel X secara simultan (serentak) terhadap variabel Y. Di bawah ini adalah tabel dari Uji F:

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	942.527	2	471.264	27.945	.000 ^b
	Residual	1635.833	97	16.864		
	Total	2578.360	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi Islami

b. Predictors: (Constant), Pendapatan, Gaya Hidup

Sumber: Output SPSS, diolah oleh penulis.

Uji F bisa diketahui dengan cara melihat besaran angka *F hitung* dan *F tabel*. Apabila nilai *F hitung* > *F tabel* maka dapat dipastikan secara simultan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Pada penelitian ini diperoleh *F tabel* sebesar 3,09. Pada tabel ANOVA nilai *F hitung* yang tertera adalah 27,945, angka tersebut lebih besar daripada *F tabel* (3,09). Oleh karenanya dapat dijabarkan bahwa, secara bersama-sama variabel X1 (gaya hidup) dan X2 (tingkat pendapatan) berpengaruh terhadap variabel Y (perilaku konsumsi islami).

Uji R Square

Uji R Squared dilakukan dengan tujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil uji analisis data pada SPSS maka dapat dijelaskan bahwasannya nilai R Square adalah 0,366 atau sama dengan 36,6%. Hal tersebut berarti pengaruh yang diberikan oleh variabel gaya hidup dan tingkat pendapatan pada variabel perilaku konsumsi islami pada model persamaan ini sebesar 36,6% dan kurangnya (100% - 36,6% = 63,4%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Islami pada *New Normal*

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh gaya hidup dan tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumsi islami pada masa *new normal* di Surabaya yang telah dilakukan pengujian data menggunakan aplikasi SPSS versi 25, menunjukkan hasil variabel (X1) gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat (Y) perilaku konsumsi islami. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Normiasari (2019) yang menyebutkan bahwasannya gaya hidup memiliki pengaruh secara positif kepada perilaku konsumsi islami pada mahasiswa di IAIN Bengkulu.

Secara luas gaya hidup dapat didefinisikan sebagai pola hidup yang dapat ditelaah oleh bagaimana orang melakukan kegiatan mereka (aktifitas), sesuatu yang dianggap penting dan memiliki daya tarik tersendiri (ketertarikan), dan pendapat mengenai diri mereka sendiri maupun lingkungan sekitarnya (opini) (Setiadi, 2003). Gaya hidup yang berlaku pada *new normal* juga memiliki perbedaan dengan saat “normal”, diantaranya lebih sering melakukan kegiatan di dalam rumah, memakai “atribut” tambahan yakni masker jika ingin menjalankan kegiatan diluar rumah, dan lain sebagainya. Meskipun terdapat perbedaan, namun tujuan mereka tetap sama yakni untuk melestarikan kebiasaan mereka dan menjalankan sesuai dengan sudut pandangnya.

Pada masa *new normal* ini, gaya hidup pada seorang konsumen muslim yang semakin baik akan menyebabkan perilaku konsumsi konsumen tersebut menjadi lebih baik. Sebaliknya, jika gaya hidupnya buruk maka akan mempengaruhi perilaku konsumsinya menjadi buruk. Di dalam Islam terdapat dua jenis kategori gaya hidup yakni gaya hidup yang islami dan jahili. orang muslim yang beriman kepada Allah SWT tentunya menganut gaya hidup yang islami, gaya hidup islami dilandaskan pada tauhid yang mutlak dan kuat (Hasnira, 2017).

Gaya hidup yang islami hukumnya wajib bagi setiap muslim dan haram baginya bergaya hidup jahili. Mirisnya sebagaimana dari umat muslim di Indonesia sudah mulai kehilangan gaya hidup yang islami. Hal tersebut dikarenakan mereka mulai mengadopsi dan menggunakan gaya hidup yang sudah jelas haram baginya (Fitriani, 2019). Oleh karena itu adanya pandemi covid 19 ini harus dimanfaatkan sebagai ajang untuk berlomba meningkatkan iman kepada Allah SWT agar kita bisa menahan godaan-godaan yang ada.

Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Islami pada *New Normal*

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh gaya hidup dan tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumsi islami pada masa *new normal* di Surabaya yang telah dilakukan pengujian data menggunakan aplikasi SPSS versi 25, menunjukkan hasil variabel (X2) tingkat pendapatan berpengaruh secara positif terhadap variabel terikat (Y) perilaku konsumsi islami. Hasil tersebut telah selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmat (2019) yang menyebutkan bahwa besaran pendapatan yang dimiliki oleh seorang individu (mahasiswa ekonomi syariah UIN Ar-Raniry) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa tersebut.

Pada masa *new normal* banyak orang kehilangan pekerjaan akibat PHK masal. Hal tersebut tentunya berpengaruh pada jumlah pendapatan yang diperoleh setiap orang, tak terkecuali masyarakat muslim Kota Surabaya. Berbagai kebijakan yang pemerintah keluarkan selama masa *new normal* seperti PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) juga dapat memberikan efek yang buruk bagi pelaku usaha UMKM (Rosita, 2020). Menurut soekartawi dalam Risnawati (2020) menjelaskan bahwa banyaknya barang yang dikonsumsi oleh seorang konsumen dipengaruhi oleh pendapatan. Tidak hanya dalam segi kuantitas yang bertambah namun dari segi kualitas juga akan meningkat seiring dengan menambahnya pendapatan.

Adanya pandemi covid 19 yang berdampak ke berbagai sektor seperti halnya ekonomi dapat menjadikan kita untuk lebih sadar dalam menghargai uang. Pada ajaran Agama Islam meskipun pendapatan kita mengalami peningkatan bukan berarti kita dibebaskan untuk menambah kuantitas dan kualitas konsumsi kita. Lebih baik dipergunakan untuk hal-hal yang lebih berguna seperti zakat dan infaq. Menurut syatibi dalam Nurnasihin

(2019) menyebutkan bahwa, ada dua hal yang harus diperhatikan dalam mengalokasikan pendapatan kita yakni berguna untuk dirinya sendiri dan masyarakat sekitar.

Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Islami pada *New Normal*

Berdasarkan hasil uji F atau simultan (bersama-sama) variabel gaya hidup dan tingkat pendapatan sebagai variabel independen berpengaruh secara positif terhadap variabel Y (perilaku konsumsi islami). Oleh karenanya dapat dijabarkan bahwa hipotesis pada penelitian ini terbukti benar adanya.

Hasil pada penelitian ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Risnawati (2020), dalam penelitian tersebut disebutkan disebutkan bahwa, gaya hidup dan tingkat pendapatan secara serentak maupun parsial memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y (perilaku konsumsi islami) pada masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh. Pada masa *new normal* perubahan perilaku konsumsi pada seorang muslim memang tidak bisa dihindarkan, gaya hidup yang semakin berkembang dan tingkat pendapatan yang tidak menentu dapat menyebabkan perubahan itu terjadi. Namun, pada dasarnya perubahan tersebut tidak dilarang oleh Islam asalkan masih dalam koridor yang benar dan bermanfaat bagi diri sendiri maupun masyarakat sekitar.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa, hasil pada penelitian ini telah selaras dengan teori yang dicetuskan oleh Khan (1989) yang menyebutkan bahwa perilaku konsumsi islami adalah fenomena kompleks yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang beragam seperti kebiasaan gaya hidup, adat istiadat, tradisi, sampai sumber daya (ekonomi) yang dimiliki seorang konsumen. Menurut beliau perilaku konsumsi islami harus sesuai dengan ajaran agama Islam yang tertuang pada Al-Quran dan Hadits, seperti halnya konsumsi untuk duniawi dan akhirat harus seimbang, mengutamakan kebutuhan, dan tidak berlebih-lebihan (Wahyuni, 2018).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan bahwasannya, *pertama*, gaya hidup memiliki pengaruh secara positif terhadap perilaku konsumsi islami pada *new normal*. *Kedua*, tingkat pendapatan berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumsi islami pada *new normal*. *Ketiga*, secara serentak (simultan) gaya hidup dan tingkat pendapatan memiliki pengaruh secara positif terhadap perilaku konsumsi islami pada *new normal*.

Pada penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa yakni perilaku konsumsi islami, penulis berharap adanya penambahan-penambahan variabel lain yang belum ada pada penelitian ini seperti adat istiadat, tingkat religiusitas maupun tradisi.

5. REFERENSI

- Awifa, M., Aji, J., & Supriono, A. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Tahu di Kabupaten Jember. *Jurnal Pamator*, 9(1).
- Adenin, S. (2017). *Makna Al-Dam menurut perspektif Al-Quran (Kajian Tafsir Tematik dan Kaitannya dengan Ilmu Kesehatan)*. UIN Suska Riau.
- Annur, C. (2020). *Penjualan Bahan Pokok Jadi Andalan E-Commerce Bertahan di Masa Pandemi*. Katadata.Co.Id.
<https://katadata.co.id/agungjatmiko/digital/5f1ba49530ab7/penjualan-bahan->

- pokok-jadi-andalan-e-commerce-bertahan-di-masa-pandemi
- Azimah, R. N., & dkk. (2020). Analisis Dampak Covid-19 terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar klaten dan Wonogiri. *Empati : Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 9(1).
- BPS. (2019). *Proyeksi Penduduk Kota Surabaya Menurut Jenis Kelamin dan kelompok Umur 2019*. BPS.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen* (Edisi 8). Binarupa Aksara.
- Fitriani, I. N. (2019). *Pengaruh Merek, Gaya Hidup, dan Selebriti Pendukung Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*. IAIN Tulungagung.
- Habibi, A. (2020). Normal Baru Pasca Covid 19. *Adalah : Buletin Hukum & Keadilan*, 4(1).
- Hakim, I. (2015). *Analisis Komparatif Pemikiran Fahim Khan dan Monzer Kahf tentang Perilaku Konsumen*. UIN Walisongo.
- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2).
- Hasnira. (2017). *Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat wahdah islamiyah makassar*.
- Husaini, F. (2016). *Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim di DIY Terhadap Makanan Halal*. UIN Sunan Kalijaga.
- Ijje, A., & Santoso, S. (2015). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Penlanggan sebagai Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 4(4).
- Indriani, L. (2015). *Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri yogyakarta*.
- Jawapos.com. (2020). Resmi, UMK Surabaya 2021 Rp 4,3 juta. *Jawapos*. <https://www.jawapos.com/surabaya/24/11/2020/resmi-umk-surabaya-2021-rp-43-juta/>
- Khan, M. . (1989). *Economic Teachings of Prophet Muhammad (peace be upon him)*. Institute of Policy Studies.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile). Prehallindo.
- Munandar. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Espresso. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(1).
- Normiasari, F. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*. IAIAN Bengkulu.
- Nurnasih, J. (2019). *Alokasi Pendapatan dalam Perspektif Ahli Ekonomi Islam*. IAIN Bengkulu.
- Purnomo, A. (2016). Hubungan Kenaikan Nilai Upah Minimum Regional (UMR) dengan Nilai Upah Pekerjaan Borong dalam Kegiatan Konstruksi Bangunan Gedung. *Jurnal Teknisia*, 21(1).
- Putriani, Y. H., & Shofawati, A. (2015). Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 2(7), 570–582.

<https://doi.org/10.20473/vol2iss20157pp570-582>

- Rahmat, D. A. (2019). *Pengaruh Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Randi, Y. (2020). Pandemi Corona Sebagai Alasan Pemutusan Hubungan Kerja Pekerja oleh Perusahaan Dikaitkan dengan Undang-Undang Ketenagakerjaan. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Islam Malang*, 3(2).
- Ratna, I., & Nasrah, H. (2015). Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau. *Marwah : Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 14(2), 199–224.
- Risnawati. (2020). *Pengaruh pendapatan dan Gaya Hidup terhadap perilaku Konsumsi masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Ulee kareng banda Aceh)*. UIN Ar-Raniry.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentra Bisnis*, 9(2).
- Sa'diyah, A. (2016). Gambaran Perilaku dan Gaya Hidup Masyarakat Kota Surabaya dalam Memanfaatkan Perpustakaan Kafe (library café). *Journal Unair*, 5(2).
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen* (Edisi 1). Prenada Media.
- Sumardi, M., & Dieter-Evers, H. (1993). *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*. CV Rajawali.
- Wahyuni, T. (2018). *Teori Konsumsi dalam Perspektif Monzer Kahf*. IAIN Metro.
- Widianita, R. (2018). *Pengaruh Pendapatan dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumsi Islami (Analisa pada Rumah Tangga Muslim Kota Bukittinggi)*. IAIN Bukittinggi.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 01(01), 22–39.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah*, 7(1).