

Analisis Pengaruh Budaya Asing, Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Islam dalam Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Wika Lutfiah Sakinah¹, Muhammad Arif², Khairina Tambunan³

¹²³Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

wikalutfiahsakinah@gmail.com¹, muhhammadarif@uinsu.ac.id²,

khairinatambunan@uinsu.ac.id³

ABSTRACT

The behaviors that occur in Indonesian society, especially in consumption behavior differ from one individual to another, this is because a person's behavior can be influenced by their external and internal factors, these factors influence individuals to carry out the consumption actions they take, which action will become their way of thinking in carrying out their economic aspects in consuming the goods and services they need everyday. The purpose of this study is to determine consumption behavior, especially among students. This research method is a type of quantitative research. The results of research that has been carried out at the Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University of North Sumatra, obtained the following results: (1) Foreign culture partially has a significant effect on consumption behavior of students of the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN North Sumatra, (2) Socio-economic status parents partially significantly influence the consumption behavior of students of the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN North Sumatra. (3) Partially, Islamic economic literacy does not significantly influence the consumption behavior of students of the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN North Sumatra. (4) Foreign culture, parents' socio-economic status and Islamic economic literacy simultaneously have a significant effect on the consumption behavior of students of the Islamic Economics and Business Faculty of UIN North Sumatra. the effect is 84.9% and the remaining 14.1% is influenced by other factors.

Keywords: *Foreign culture, social status, Islamic economic literacy, consumption behavior*

ABSTRAK

Perilaku-perilaku yang terjadi pada masyarakat Indonesia terutama pada perilaku konsumsi berbeda antara satu individu dengan individu lain, hal ini dikarenakan perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal mereka, faktor-faktor tersebutlah yang menjadi pengaruh individu untuk melakukan tindakan konsumsi yang mereka lakukan, yang mana tindakan tersebut akan menjadi pola pikir mereka dalam menjalani aspek ekonomi mereka dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang mereka butuhkan sehari-hari. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumsi terutama pada mahasiswa. Metode penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara mendapatkan hasil sebagai berikut: (1) Budaya asing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, (2) Status sosial ekonomi orang tua secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. (3) Literasi ekonomi Islam secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.

(4) Budaya asing, status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi Islam secara simultan atau secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. besar pengaruhnya 84,9% dan sisanya 14,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Budaya asing, status sosial, literasi ekonomi islam, perilaku konsumsi*

PENDAHULUAN

Dalam sebuah alur perekonomian konsumsi adalah merupakan fase yang sangat penting. Konsumsi tersebut meliputi kebutuhan primer dan sekunder yang diperlukan oleh seorang individu. Konsumsi adalah sesuatu kegiatan yang bertujuan untuk mengurangi manfaat dari barang yang kita gunakan atau jasa yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan hidup (Hanum, 2017). Kebutuhan rumah tangga selamanya dikaitkan dengan konsumsi hal ini dikarenakan konsumsi merupakan konsep utama dalam ilmu ekonomi makro, yang mana rumah tangga selalu melakukan aktivitas konsumsi maka akan memberikan pemasukan ke pendapatan nasional.

Aktivitas ekonomi meliputi pengeluaran rumah tangga untuk membeli kebutuhan hidup seperti pangan, minuman, hiburan, pendidikan, transportasi dan komunikasi. Aktivitas konsumsi ini dapat menambah tagihan-tagihan pembiayaan yang mana jika kita tidak meningkatkan pengetahuan kita untuk mengelola pembiayaan-pembiayaan tersebut maka kebutuhan yang seharusnya dapat terpenuhi menjadi tidak terkontrol sama sekali dikarenakan kurangnya pengetahuan dalam mengelola pembiayaan-pembiayaan tersebut.

Konsumsi merupakan sebuah bentuk tingkah laku ekonomi dalam kehidupan sehari-hari manusia, seseorang yang melangsungkan aktivitas ekonomi disebut sebagai konsumen. Ada dua jenis perilaku konsumen, diantaranya ada perilaku konsumsi rasional dan perilaku konsumsi irrasional. Perilaku konsumsi rasional diartikan sebagai sebuah tingkah laku konsumsi yang sesuai berdasarkan akal sehat, seperti membeli barang sesuai kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan atau sesuai dengan kaidah islam. Sebaliknya perilaku konsumsi irrasional ialah tingkah laku konsumsi yang mana setiap kegiatan konsumsi yang ia lakukan tidak melalui proses pertimbangan tidak membeli barang atau kebutuhannya yang menyimpang dari kebutuhannya dan jadinya menjadi konsumtif.

Perilaku konsumsi adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga dalam melakukan pembelian barang dan jasa hasil produksi yang dilakukan secara rutin maupun hanya sementara yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan (Lisma & Haryono, 2016). Dalam kacamata Islam sendiri perilaku konsumsi merupakan sebuah perilaku yang mana pendapatan yang diperoleh tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi saja melainkan harus di distribusikan ke zakat, infaq dan sedekah. Hal ini dikarenakan konsep Islam sendiri

bukanlah kepemilikan secara mutlak, melainkan ada hak Allah yang harus dikeluarkan dari pendapatan ini, yaitu berinvestasi diakhirat (Sitepu, 2017).

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa adalah budaya asing. Pada awalnya kebudayaan asing sudah mulai masuk ke Indonesia diawal abad ke 19 melalui perdagangan internasional, pedagang-pedagang yang datang dari barat mulai memasuki Negara kita dan tanpa disadari memberikan kebudayaan mereka terhadap Negara kita, akan tetapi mulai tumbuhnya teknologi komunikasi, memudahkan kebudayaan modern tersebut memasuki dan mempengaruhi perilaku masyarakat kita, era ini disebut terciptanya diksi globalisasi. Globalisasi sendiri mulai berkembang secara intensif di Abad ke 20 dan semakin berkembang pesat, teknologi berubah yang awalnya hanya memudahkan komunikasi sekarang memudahkan kita untuk memperoleh informasi-informasi yang sebelumnya tidak mudah kita dapatkan (Ernawam, 2017). Hal inilah yang dapat menyebabkan pergeseran nilai-nilai budaya yang telah ada sejak lama.

Menurut Putri dalam penelitiannya, dengan meningkatnya pengaruh budaya asing maka meningkat pula perilaku konsumsi masyarakat Indonesia termasuk mahasiswa. Salah satu budaya asing yang sedang ramai dikalangan mahasiswa adalah trend gaya hidup hedonisme dimana visi utama hidup mereka adalah bersenang-senang, seperti menghabiskan waktu diluar rumah dengan bermain, berkumpul di cafe yang punya nama besar yang biasanya cafe tersebut mengambil franchise dari luar negeri, membeli barang-barang mahal serta senang menjadi pusat perhatian. Hal ini mereka tiru dari sosial media yang mereka tonton lalu menirunya, mereka enggan untuk ketinggalan zaman dan tidak mengikuti trend yang sedang viral. Sehingga mahasiswa cenderung memiliki perilaku yang begitu konsumtif (Putri et al., 2020).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa ialah status sosial ekonomi orang tua. Menurut Suwarman status sosial itu disamakan dengan kelas sosial, pembagian masyarakat terhadap kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda (Sumarwan, 2003). Biasanya kelas sosial ini dibagi oleh tiga kelas, kelas menengah keatas, kelas menengah dan kelas menengah kebawah. Setiap mahasiswa biasanya memperoleh uang saku yang diberikan oleh orang tua mereka, semakin tinggi kelas sosial ekonomi orang tua nya maka semakin banyak pula uang saku yang diperoleh, uang yang diperoleh tersebut yang bertujuan untuk membantu kebutuhan mahasiswa tersebut. Digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya, maka dari itu pengaruh status sosial ekonomi orang tua mempengaruhi perilaku konsumsi mereka.

Perilaku-perilaku yang terjadi pada masyarakat indonesia terutama pada perilaku konsumsi memiliki perbedaan antar satu individu dengan individu lain, hal ini dikarenakan perilaku seseorang dapat terpengaruhi oleh faktor eksternal dan internal mereka, faktor-faktor tersebutlah yang menjadi pengaruh individu untuk melakukan tindakan konsumsi yang mereka lakukan, yang mana tindakan tersebut akan menjadi

pola pikir mereka dalam menjalani aspek ekonomi mereka dalam mengkonsumsi barang yang mereka butuhkan sehari-hari. Faktanya Kota Medan yang merupakan ibukota diprovinsi Sumatera utara memiliki pola konsumsi masyarakat yang dikategorikan konsumtif dengan tingkat upah minimum kota (UMK) sebesar Rp.3.222.556,- pada tahun 2020 (Disnakersumutprov, 2021). Dan rata-rata pengeluaran yang dikeluarkan untuk kebutuhan primernya masyarakat kota medan mengeluarkan Rp.700.000,00,- untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari dan lain kebutuhan sekunder rata-rata pengeluarannya kisaran Rp.900.000,00,- biasanya hal ini digunakan dalam membeli pakaian, air listrik rumah dan lain-lain (Hardiyanti, 2019).

Status sosial yang dimiliki oleh orang tua mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, perilaku konsumsi dipengaruhi bahkan oleh faktor kelompok kecil seperti keluarga. Peran keluarga didalam membentuk perilaku konsumsi anak, sehingga dapat diartikan perilaku seseorang dalam melakukan konsumsi dipengaruhi oleh status sosial orang tua dan masyarakat sekitarnya (Imansari & Fitrayati, 2016). Dalam kondisi sosial pendapatan menjadi aspek yang cukup penting dalam menentukan status sosial seseorang dalam masyarakat. Dikarenakan semakin tinggi pendapatan yang mereka peroleh maka meningkatlah pertumbuhan ekonomi (Harahap & Tambunan, 2022)

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumsi ialah literasi ekonomi Islam. Pada dasarnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sudah dibekali dengan pengetahuan ekonomi yang sudah memadai. Seharusnya kecapan mereka dalam memandang ekonomi dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya sudah dikatakan berperilaku dengan sangat cakap, karena tingkat pemahaman literasi ekonomi yang baik. Peran dari literasi ekonomi Islam ini sangat begitu penting dalam menentukan keputusan pembelian dalam memenuhi kebutuhan hidup seperti yang dikatakan oleh Suyanto literasi ekonomi Islam merupakan sebuah aset yang sangat bermanfaat untuk mengubah perilaku yang tidak rasional menjadi rasional. Bagaimana ia menggunakan penghasilan untuk menabung dan berinvestasi, proteksi, dan pemenuhan kebutuhan hidup. Dengan pengetahuan literasi ekonomi Islam maka akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi (Suyanto, 2014).

Laman dari kementrian Bank Indonesia menyatakan indeks literasi ekonomi Islam pada tahun 2019 sebesar 16,3%, yang mana survey ini dilakukan pada 13 provinsi dengan jumlah responden 3312 pada usia mulai dari 17-65 tahun. Angka 16,3% ini dapat diinterpretasikan bahwa 100 orang penduduk muslim Indonesia, maka sekitar 16 orang yang paham dengan baik tentang literasi ekonomi Islam. Namun sisanya bukan tidak tahu sama sekali melainkan ada yang mengetahui dengan jelas tetapi belum mempraktikan pada kehidupan sehari-hari, dan ada yang hanya sekedar tahu saja (bi.go.id). Pada tahun 2021 laman dari koordinator bidang perekonomian Indonesia tingkat literasi ekonomi masyarakat Indonesia literasi ekonomi syariah yaitu 20,01%. Hal ini menunjukkan bahwa menggambarkan pemahaman masyarakat Indonesia masih terbilang belum memahami bagaimana menjalankan kegiatan ekonomi

dengan lebih efisien, pemerintah Indonesia sedang berusaha untuk meningkatkan pemahaman tentang literasi ekonomi Islam kepada masyarakat dengan cara melaksanakan pelatihan dan sosialisasi yang sangat besar-besaran oleh dewan nasional keuangan inklusif (ekon.id).

Manusia merupakan makhluk ekonomi yang mana memiliki karakteristik dasar yang tidak pernah puas akan tetapi alat pemuas kebutuhan yang sangat terbatas sehingga dibutuhkan keterampilan maupun wawasan untuk dapat menyelesaikan problematika tersebut. Literasi ekonomi merupakan sebuah keterampilan hidup yang dimiliki seseorang untuk menentukan keputusan ekonomi yang tepat, keterampilan ini dibutuhkan baik individu maupun dalam konteks rumah tangga (Sina, 2012).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Budaya Asing, Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Islam dalam Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat apakah ada pengaruh budaya asing, status sosial ekonomi orang tua, dan literasi ekonomi islam dalam perilaku konsumsi mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif membentuk penelitian yang lebih mementingkan dalam aspek pengukuran objektif kepada fenomena sosial. Maka akan dilakukan pengukuran, selalunya fenomena sosial dijelaskan kedalam bagian masalah, variabel dan indikator. Maksud dari metodologi ini ialah menjelaskan suatu masalah tetapi memperoleh generalisasi (Ahmadi, 2016).

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif mengemukakan pertanyaan pertanyaan yang sudah peneliti siapkan dengan terstruktur dan sistematis yang sama kepada banyak narasumber yang sudah ditetapkan menjadi sampel dan kemudian jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut peneliti akan mencatat, mengolah dan menganalisis untuk dijadikan data penelitian. Pertanyaan terstruktur tersebut dikenal dengan bahasa kuisisioner. Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti memilih tempat penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berada di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, yang terletak pada Jl. William Iskandar Ps. V, Medan estate, Kec. Percut sei tuan, Kabupaten Deli serdang, Sumatera Utara.

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu budaya asing (X1) dan variabel status sosial ekonomi orang tua (X2) dan literasi ekonomi Islam(X3) terhadap variabel terikat dalam Perilaku konsumsi (Y) dengan studi kasus pada Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, digunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui budaya

asing, status sosial ekonomi orang tua, dan literasi ekonomi Islam dalam perilaku konsumsi. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah dengan rumus:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

β_1 : Koefisien Regresi

X1 : Harga

β_2 : Koefisien Regresi

X2 : Kualitas Produk

e : Standar error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 daftar mahasiswa aktif FEBI UINSU

Sumber: Si-pandai UINSU

No.	Program studi	Jumlah mahasiswa aktif
1	S1 Akuntansi Syariah	1009
2	S1 Asuransi Syariah	436
3	S1 Ekonomi Islam	1120
4	S1 Manajemen	701
5	S1 perbangkan syariah	1156
Total		4422

$$n = N / (1 + n(e^2))$$

$$= 4422 / (1 + 4422(0.01^2))$$

$$= 4422 / 45.22$$

$$= 97,63$$

Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 98 orang.

Statistik Deskriptif

Hasil dari statistik deskriptif dilakukan untuk menunjukkan gambaran dari masing-masing data variabel berazaskan skor minimum, skor maksimum, dan frekuensi dan persentasi komulatif. Statistik deskriptif dianalisis dengan menggunakan program SPSS dan secara jelas dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 2 Tabel *descriptive statistics*

Sumber : Data Diolah 2022

Descriptive Statistics					
Variabel	Mean	Std. Deviation	N	MIN	MAX
Y	36,08	8,798	100	10	50
X1	34,31	9,363	100	10	50
X2	36,48	8,979	100	10	50
X3	34,06	5,519	100	9	45

Berdasarkan data pada Tabel 2 di atas, dapat dijelaskan bahwa hasil jawaban responden (sampel) pada angket variabel budaya asing (X1) diperoleh nilai minimum 10, nilai maksimum 50 dengan rata-rata nilai (mean) sebesar 34,31 dan standar deviasi sebesar 9,363. Hasil jawaban variabel ststus sosial ekonomi orang tua (X2) diperoleh nilai minimum 10, nilai maksimum 50 dengan rata-rata nilai sebesar 36,48 dan standar deviasi sebesar 8,979. Hasil jawaban angket variabel literasi ekonomi Islam (X3) diperoleh nilai minimum 9, nilai maksimum 45 dengan ratarata skor sebesar 34,06 dan standar deviasi sebesar 5,519. Hasil jawaban angket variabel perilaku konsumsi (Y) diperoleh nilai minimum 10, nilai maksimum 50 dengan rata-rata nilai sebesar 50 dan standar deviasi sebesar 8,798. Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat bahwa perbandingan antara nilai standar deviasi dengan rata-rata nilai masing-masing variabel penelitian menjelaskan bahwa nilai standar deviasi lebih rendah atau lebih kecil dari rata-rata nilai, hal ini berarti variasi data masing-masing variabel penelitian terbilang kecil yang sekaligus menandakan sebaran data untuk masing-masing variabel penelitian cenderung baik.

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Untuk menganalisis hipotesis penelitian dan mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen (budaya asing, status sosial ekonomiorang tua, dan literasi ekonomi Islam) secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen (perilaku konsumsi) dianalisis menggunakan uji-t dengan menggunakan program SPSS. Kriteria penilaian hipotesis dilakukan pada taraf signifikansi atau $\alpha = 0,05$ yaitu terima hipotesis (signifikan) jika nilai thitung > ttabel atau nilai probabilitas (sig) < 0,05 demikian sebaliknya. Hasil analisis secara ringkas dirangkum pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficient^a

Sumber : Data diolah 2022

Model	T	Sig
-------	---	-----

X1	9.750	0.001
X2	3.273	0.002
X3	-0.998	0.321

Dependvariable : Y

Pengujian Hipotesis-1 (H1)

Berikut merupakan hipotesis yang akan diuji, sebagai berikut:

Ho : $\beta_1 = 0$; secara parsial budaya asing tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam.

H1 : $\beta_1 \neq 0$; secara parsial budaya asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam.

Berdasarkan data pada Tabel, diperoleh nilai Thitung sebesar 9.750 dan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,001. Pada taraf signifikansi atau alpha (α) = 0,05 dengan jumlah sampel (n) = 100 diperoleh nilai Ttabel sebesar 1,660. Karena nilai thitung > ttabel (9.750 > 1,660) dan nilai sig. 0,001 < 0,05 maka secara statistik hipotesis pertama (H1) diterima sehingga disimpulkan bahwa budaya asing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pengujian Hipotesis-2 (H2)

Berikut merupakan hipotesis yang akan diuji, sebagai berikut:

Ho : $\beta_2 = 0$; secara parsial Status sosial ekonomi orang tua tidak adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam.

H2 : $\beta_2 \neq 0$; secara parsial Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam.

Berdasarkan data pada Tabel 4.8, diperoleh nilai Thitung sebesar 3.273 dan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,002. Pada taraf signifikansi atau alpha (α) = 0,05 dengan jumlah sampel (n) = 100 diperoleh nilai Ttabel sebesar 1,660. Karena nilai Thitung > Ttabel (3.273 > 1,660) dan nilai sig. 0,002 < 0,05 maka secara statistik hipotesis kedua (H2) diterima sehingga disimpulkan bahwa Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam.

Pengujian Hipotesis-3 (H3)

Berikut merupakan hipotesis yang akan diuji, sebagai berikut:

Ho : $\beta_3 = 0$; secara parsial literasi ekonomi islam tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam Uin Sumatera utara.

H3 : $\beta_3 \neq 0$; secara parsial Literasi ekonomi islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam Uin Sumatera utara.

Berdasarkan data pada Tabel 4.8, diperoleh nilai *T*hitung sebesar -0.998 dan nilai probabilitas (*sig*) sebesar 0,321. Pada taraf signifikansi atau $\alpha = 0,05$ dengan jumlah sampel (*n*) = 100 diperoleh nilai *t*tabel sebesar 1,660. Karena nilai *T*hitung < *T*tabel (-0.998 < 1,660) dan nilai *sig*. 0,321 > 0,05 maka secara statistik hipotesis ketiga (H3) ditolak sehingga disimpulkan bahwa Literasi Ekonomi Islam tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam.

Uji Simultan (Uji-F)

Dalam menganalisis dan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (Budaya Asing, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Islam) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan, terhadap variabel dependen (Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) digunakan uji-F dengan menggunakan program SPSS. Kriteria pengujian dilakukan pada taraf signifikansi atau $\alpha = 0,05$ yaitu terima hipotesis (signifikan) jika nilai *F*hitung > *F*tabel atau nilai probabilitas (*sig*) < 0,05 demikian sebaliknya. Hasil analisis atau uji secara simultan (uji-F) secara ringkas dirangkum pada Tabel 4

Tabel 4 Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Anova²

Sumber : Data Diolah 2022

<i>Model</i>	<i>Sum Of Square</i>	<i>Df</i>	<i>Mean square</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
<i>Regressioon</i>	6.540.520	3	2.180.174	186.399	<0.001
<i>residual</i>	1.122.840	96			
total	7.663.360	99			

Berdasarkan data pada Tabel 4.9 di atas, diperoleh nilai *F*hitung sebesar 186.499 dan menggunakan nilai probabilitas (*sig*) sebesar 0,001. Pada signifikansi atau taraf $\alpha = 0,05$ dengan *df*1 = 3 dan dan *df*2 = 96 dari daftar nilai kritis *F* diperoleh nilai *F*tabel sebesar 2,70. Karena nilai *F*hitung > *F*tabel (186.499 > 2,70) dan nilai *Sig*. 0,001 < 0,05 maka secara statistik hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa

budaya asing, status sosial ekonomi orang tua, dan literasi ekonomi islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) diperuntukkan untuk menghitung sejauh mana kemampuan model dalam menunjukkan variasi variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Koefisien determinasi yang dekat angka 0 maka semakin kecil pengaruh semua variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Jika mendekati angka 1 maka semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 5 Hasil uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Sumber : Data diolah 2022

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of The Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	0.924	0.853	0.849	3.420	1.959

Berdasarkan data pada Tabel 5, di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi atau *adjusted R Square* sebesar 0,849 atau sebesar 84,9%. Nilai *adjusted R Square* ialah suatu ukuran kriteria yang menunjukkan seberapa garis regresi sampel sama dengan data populasinya. Nilai yang didapatkan mendekati angka 1 yang berarti semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian, peneliti simpulkan bahwa besarnya pengaruh ketiga variabel independen yaitu budaya asing (X1), status sosial ekonomi orang tua (X2) dan literasi ekonomi Islam (X3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam (Y) adalah sebesar 84,9%; sedangkan sisanya sebesar 15,1% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel yang diajukan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah pembelajaran untuk mengetahui ketergantungan variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas yang bertujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh secara kuantitatif faktor budaya asing, status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi Islam terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara.

Persamaan regresi linier berganda dapat dilihat dari tabel 5 uji coefficient dengan bantuan program SPSS.

Tabel 5 Hasil Uji Coefficient

Sumber: Data Diolah 2022

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient
	B	Std. Error	Beta
Constant	6.264	2.152	
X1	0.685	0.070	0.729
X2	0.247	0.076	0.252
X3	-0.079	0.050	-0.050

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 5, maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,624 + 0,685 X1 + 0,247 X2 - 0,079 X3 + e$$

Perolehan hasil pengujian asumsi klasik yang telah dilaksanakan terhadap model regresi disimpulkan ialah model regresi telah asumsi normalitas, multikolonieritas dan asumsi heteroskedastisitas sehingga layak digunakan memprediksi variabel dependen berdasarkan masukan variabel independennya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian, analisis dan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan adalah : (1) Budaya asing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan sebesar 9,750 terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera utara. (2) Status sosial ekonomi orang tua secara parsial berpengaruh positif dan signifikan sebesar 3,273 terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera utara. (3) Literasi ekonomi islam secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan yaitu sebesar -0,998 terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera utara. Budaya asing, status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi islam secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Sumatera utara. Nilai koefisien determinasi atau *adjusted R Square* yang diperoleh pada panelitian ini adalah sebesar 0,849 atau sebesar 84,9%, berarti variabel budaya asing, status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi islam mempengaruhi pengaruh konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebesar 84,9% sisanya 15,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang diberikan adalah (1) Kepada Mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Sumatera utara peneliti harapkan hasil temua pada penelitian ini dapat dijadikan pelajaran ataupun informasi berharga yang mana bertujuan untuk mengetahui faktor budaya asing, status sosial ekonomi orang tua, dan literasi ekonomi islam serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa agar nantinya seluruh mahasiswa febi agar lebih rasional dalam berperilaku kepada konsumsinya apalagi dengan digempurnya penurunan ekonomi yang ada di negara kita. (2) Bagi akademisi atau peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan kajian empirik untuk melakukan penelitian sejenis di masa mendatang terkait faktor-faktor yang menjadi pengaruh Perilaku konsumsi terkhusus kepada Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam dengan melakukan pengkajian pada objek penelitian yang berbeda dan diharapkan untuk dapat menambahkan variabel independen lainnya sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif (menyeluruh) dan dapat digeneralisasikan

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, N. (2016). *Metode Penelitian Ekonomi*. FEBI UINSU Press.

Bi.go.id. 2022. Diakses dari portal h <https://www.bi.go.id> pada Selasa 6 Desember 2022 pada pukul 15.30

Disnaker.sumutprov.go.id. 2021. Diakses dari portal <https://disnaker.sumutprov.go.id> pada Kamis 1 Desember 2022 pada pukul 20.24 ekon.go.id. Diakses dari portal h <https://www.ekon.go.id> pada Kamis 22 Desember 2022 pada pukul 21.46

Ernawam, D. (2017). Pengaruh Globalisasi terhadap Eksistensi Kebudayaan Daerah di Indonesia. *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, 32(1), 1–54. Jurnal.lemhannas.go.id

Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 107–116. <https://ejournalunsam.id/index.php/jse/article/view/325>

Harahap, I., & Tambunan, K. (2022). The Effect of SBI and SBIS as Monetary Instruments on the Indonesian Economy. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.22373/share.v11i1.8603>

Hardiyanti, T. D. (2019). PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP POLA KONSUMSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN PERJUANGAN. In *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA* (Vol. 8, Issue 5). UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA.

- Imansari, F. I., & Fitrayati, D. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas Xi Iis Di Sma Negeri 17 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3), 1-8.
- Lisma, N., & Haryono, A. (2016). Analisis perilaku konsumsi mahasiswa ditinjau dari motif bertransaksi (Studi kasus pada mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri *Pendidikan Ekonomi (Economic Education* ..., 9, 41-50.
<http://journal.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/7181%0Ahttp://journal.um.ac.id/index.php/jpe/article/viewFile/7181/3198>
- Putri, Juliana, N. kadek D., Dewi, A. Y., Angela, N. A. T., & Hardika, I. R. (2020). Gaya Hidup Hedonisme Remaja di Kawasan Legian, Kabupaten Badung. *Jurnal Psikologi* ..., 3(1), 29-52.
- Sina, P. G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2), 135-143.
- Sitepu, N. I. (2017). Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(1), 91-106. <https://doi.org/10.24815/jped.v2i1.6650>
- Sumarwan, U. (2003). *PERILAKU KONSUMSI Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran*.
- Suyanto. (2014). *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post Modern*. kencana Media Group.