

**PENGARUH PERSEPSI MASLAHAH TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF**



**Oleh:
Zulfatus Sa'diah
NIM: 16913034**

**Pembimbing
Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM.**

TESIS

**Diajukan kepada
PROGRAM STUDI
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi**

**YOGYAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulfatus Sa'diah

NIM : 16913034

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Judul Tesis : **PENGARUH PERSEPSI MASLAHAH TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF**

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini adalah hasil plagiasi, maka saya siap untuk dicabut gelar kesarjanaaan yang dianugerahkan dan mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 04 Februari
2019

Yang menyatakan,


Zulfatus Sa'diah



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PENGESAHAN

Nomor: 2068/PS-MSI/Peng./II/2019

TESIS berjudul : **PENGARUH PERSEPSI MASLAHAH TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF**

Ditulis oleh : Zulfatus Sa'diah

N. I. M. : 16913034

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi.

Yogyakarta, 27 Februari 2019

Ketua,

Dr. Dra. Junanah, MIS





PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM (S2)
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp/Fax (0274) 523637 e-mail: msi@uii.ac.id

TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Zulfatus Sa'diah
Tempat/tgl lahir : Ponorogo, 13 November 1991
N. I. M. : 16913034
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Judul Tesis : **PENGARUH PERSEPSI MASLAHAH TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF**

Ketua : Dr. Drs. Yurdani, M.Ag
Sekretaris : Dr. Siti Achria, SE., MIM
Pembimbing : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM
Penguji : Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag
Penguji : Dr. M. Roy Purwanto, MA.



(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

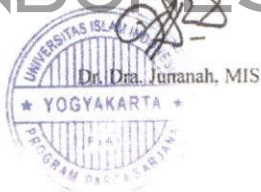
Diuji di Yogyakarta pada Selasa, 26 Februari 2019

Pukul : 14.00 - 15.00

Hasil : Lulus

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana
Magister Ilmu Agama Islam FIAI UII



Dr. Dra. Junanah, MIS



PROGRAM STUDI
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demungan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

NOTA DINAS

No. : 1836/PS-MIA/ND/II/2019

TESIS berjudul : **PENGARUH PERSEPSI MASLAHAH TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF**

Ditulis oleh : Zulfatus Sa'diah

NIM : 16913034

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Program Studi Magister Ilmu Agama Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH PERSEPSI *MASLAHAH* TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN KOMPULSIF
Nama : Zulfatus Sa'diah
NIM : 16913034
Konsentrasi : Ekonomi Islam

Disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta, 04 Februari 2019

Pembimbing,

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM.

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk:

Bapakku tercinta yang tidak pernah henti mendoakanku, Semoga Allah SWT selalu melindunginya, Amin

“Almarhumah Ibuku tersayang”

“Kepada kakakku Hasna Mudzakirah yang sangat aku sayangi, memberikan segalanya yang beliau punya, selalu ada ketika aku berkeluh kesah, juga kedua adikku Muhammad Rofiqul A’la, dan Fina Salsabila”

“Kepada Mas Evy Prastyanto dan Mas Rofiqul Anwar yang selalu memberikan support dan doa”

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَرْضَى لَكُمْ ثَلَاثًا وَيَكْرَهُ لَكُمْ أَنْ تَعْبُدُوهُ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَأَنْ تَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرُّوا وَيَكْرَهُ لَكُمْ قِيلَ وَقَالَ وَكَثْرَةُ السُّؤَالِ وَإِضَاعَةُ الْمَالِ
(رواه مسلم)

“Sesungguhnya Allah meridhai tiga hal bagi kalian dan murka apabila kalian melakukan tiga hal. Allah ridha jika kalian menyembah-Nya dan tidak mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun, dan (Allah ridha) jika kalian berpegang pada tali Allah seluruhnya dan kalian saling menasehati terhadap para penguasa yang mengatur urusan kalian, Allah murka jika kalian sibuk dengan desas-desus, banyak mengemukakan pertanyaan yang tidak berguna serta membuang-buang harta.” (HR. Muslim no.1715)¹



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

¹ Mahiaddin An Nawawi, *Riyadhus Shalihin*, (Beirut: Al Maktabah Al Islami. 1992), hlm. 548.

PEDOMAN TRANSLITERASI

ARAB – LATIN

Literasi kata Arab-Lating yang dipakai dalam penyusunan tesis ini sesuai dengan Surat Keputusan (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No 158/1987 dan No 0543b/1987 tertanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

HURUF ARAB	NAMA	HURUF LATIN	NAMA
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā'	-	-
ت	Tā	-	-
ث	Sā	s	s (dengan titik di atas)
ج	Jīm	-	-
ح	Hā'	ḥa'	h (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	-
د	Dāl	D	-
ذ	Zāl	Ẓ	z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	-

ز	Zā'	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	Sād	ṣ	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād		d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'		t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	z (dengan titik di bawah)
ع	'Aīn		koma terbalik ke atas
غ	Gāin	G	-
ف	Fā'	F	-
ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-

ن	Nūn	N	-
و	Wāwu	W	-
هـ	hā'	H	-
ء	Hamz ah	,	Apostrof
ي	yā'	Y	-

II. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

III. Ta' Marbūṭah di akhir kata

- a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- b. Bila Ta' Marbūṭah diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyyā'</i>
----------------	---------	----------------------------

- c. Bila Ta' Marbūṭah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطرى	Ditulis	<i>zākat al-fīṭr</i>
-------------	---------	----------------------

IV. Vocal Pendek

—	<i>faṭḥah</i>	Ditulis	A
—	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
—	<i>ḍammah</i>	Ditulis	U

V. Vocal Panjang

1	<i>Faṭḥah + alif</i>	Ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2	<i>Faṭḥah + ya' mati</i>	Ditulis	<i>ā</i>
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3	<i>Kasrah + ya' mati</i>	Ditulis	<i>ī</i>
	كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4	<i>ḍammah + wawu mati</i>	Ditulis	<i>ū</i>
	فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

VI. Vocal Rangkap

1	<i>Faṭḥah + ya' mati</i>	Ditulis	<i>Ai</i>
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2	<i>Faṭḥah + wawu mati</i>	Ditulis	<i>Au</i>
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

VII. Vocal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدْتُ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandang *Alif + Lam*

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَّاس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l (el)*-nya.

الْأَسْمَاءُ	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الْأَشْيَاءُ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat
Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

نَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawī al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI *MASLAHAH* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF

Zulfatus Sa'diah

NIM. 16913034

Pembelian kompulsif didefinisikan sebagai kesibukan dengan dorongan keinginan membeli yang tidak tertahankan, mengganggu, dan tanpa proses berpikir atau sering membeli barang yang tidak dibutuhkan, atau membelanjakan waktu yang lebih lama dari yang ditentukan. Pada dasarnya manusia adalah *homo economicus* yang merupakan sosok manusia yang rasional, akan tetapi berkebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Akan tetapi, saat ini tidak semua individu termasuk masyarakat muslim dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Banyak konsumen muslim yang membeli suatu benda karena memenuhi keinginan, bukan untuk memenuhi kebutuhan. Akan tetapi dalam Islam, pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal ini mampu menambah *masalahah*. Karena meneliti tentang perilaku, penelitian ini mencoba melakukan integrasi dimensi persepsi masalah kedalam model *Theory of Planned Behaviour* (TPB). TPB merupakan teori yang banyak digunakan dalam penelitian-penelitian mengenai perilaku individu di karenakan TPB merupakan model yang terintegrasi yang terdiri dari empat prediktor dari perilaku yaitu sikap, norma subyektif, *perceived behavioral control* (PBC), dan niat untuk berperilaku. Tetapi penelitian ini tidak mengambil niat tetapi langsung ke arah perilaku.

Maka dari itu, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi *masalahah* terhadap perilaku pembelian kompulsif, dengan mengambil sasaran masyarakat muslim, dan pengambilan sampel 200 reponden. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan

hubungan antara dua variabel atau lebih. Data diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner, dengan teknik *purposive sampling* dan pendekatan kuantitatif Permodelan Persamaan Struktural dengan *Partial Least Square* (PLS). Penelitian menemukan bahwa persepsi masalah ke arah sikap berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Variabel sikap berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Sedangkan, Norma subyektif, dan kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif.

Kata kunci: Masalah, Pembelian Kompulsif, *Theory of Planned Behaviour* (TPB), Sikap, Norma Subyektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Masyarakat Muslim



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

ABSTRACT

THE EFFECT OF MASLAHAH PERCEPTION ON COMPULSIVE PURCHASE BEHAVIOR

Zulfatus Sa'diah
NIM. 16913034

Compulsive buying is defined as an activity triggered by the unbearable, intrusive, and thoughtless urge to buy something, which often ends up with purchasing items that are not needed, or shopping for a longer period than specified. Basically, humans are homo economicus who are rational, but are free to determine the available choices to achieve certain goals. However, in the current time, not all individuals including Muslim communities can distinguish between needs and desires. Many Muslim consumers buy things to fulfill their desires, instead of their needs. Islam has permitted Muslims to fulfil their needs or desires as long as it is for the sake of *maslahah* (good benefit). Concerning on behavior research, this study tries to integrate the perception of *Maslahah* into the Theory of Planned Behavior (TPB) model. TPB is a theory that is widely used in studies of individual behavior because it is an integrated model consisting of four predictors of behavior, namely attitudes, subjective norms, perceived behavioral control (PBC), and intention to behave. Nonetheless, this research does not address customers' intention, but directly addressing their behavior.

Therefore, this study aims to analyze the influence of *Maslahah* perception on compulsive buying behavior among 200 respondents of Muslim society. This research is classified as associative quantitative research, which is characterized by questioning the relationship between two or more variables. Data were obtained directly from respondents through a questionnaire, with purposive sampling technique and quantitative approach of Structural Equation Modeling with Partial Least Square (PLS). The study reveals that the perception of *maslahah* on attitude has a significant effect on compulsive buying behavior. Attitude variables significantly influence compulsive buying behavior. Whereas, subjective norms, and behavioral control does not significantly influence compulsive buying behavior.

Keywords: *Maslahah*, Compulsive Buying, Theory of Planned Behavior (TPB), Attitude, Subjective Norms, Perception of Behavior Control, Muslim Society

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated by a Center for International Language and Cultural Studies of Islamic University of Indonesia
CILACS UIN J. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA
Phone/Fax: 0274 540 285

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ
لَا شَرِيكَ لَهُ، وَ أَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ، لَا نَبِيَّ بَعْدَهُ

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, berkah, dan hidayahnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Pengaruh Persepsi *Maslahah* Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif”. Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian tesis ini, peneliti telah mendapatkan bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun spiritual. Dengan rasa hormat dan kerendahan hati, pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Junanah, MIS, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. YUSDANI, M.Ag, Ketua Program Studi Doktor Hukum Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar mengarahkan, membimbing, menasehati, serta memberikan masukan dan pelajaran yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Segenap Dosen Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, yang telah memberikan kontribusi pemikiran dan wawasan selama peneliti kuliah di Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Serta kepada segenap pimpinan dan karyawan/karyawati Program Pascasarjana Fakultas Ilmu

Agama Islam Universitas Islam Indonesiaa atas bantuan dan layanan yang telah diberikan kepada peneliti dengan tulus dan ikhlas.

7. Bapakku, yang selalu menyebutku dalam setiap doa doanya, selalu memberikan nasehat, serta memberikan motivasi yang tiada henti sehingga penulisan tesis ini bisa terselesaikan.
8. Mas Evy dan Kedua adikku Rofiq dan Fina yang juga selalu memberikan doa dan support dalam penulisan tugas akhir ini
9. Mas Rofiqul Anwar, yang selalu memberi semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Seluruh teman teman Ustadzah di Al Azhar Boarding School Yogyakarta yang selalu memberikan support, doa, selalu ada ketika ada di posisi paling down sekalipun.
11. Seluruh teman-teman Mahasiswa Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia tahun 2016/2017 angkatan 1 yang telah memberi semangat dan telah mewarnai kehidupan peneliti selama berada di Kota Yogyakarta.

Semoga Allah SWT melimpahkan karunia dan pahala yang setinggi-tingginya kepada mereka semua, dan semoga karya kecil ini bisa memberikan manfaat bagi pembaca dan masyarakat.

Yogyakarta, 04 Februari 2019

Peneliti

Zulfatus Sa'diah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iv
NOTA DINAS	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
KATA PENGANTAR.....	xvii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv



BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Pembahasan.....	7

BAB II. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU, LANDASAN TEORI, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Penelitian Terdahulu, Landasan Reori, dan Hipotesis	9
B. Landasan Teori	26
1. Perilaku Pembelian Kompulsif	26
a. Definisi Pembelian Kompulsif.....	26
b. Aspek Aspek Pembelian Kompulsif.....	27
c. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Kompulsif	28
d. Karakteristik Pembelian Kompulsif	28

e. Pembelian Kompulsif Dalam Perspektif Islam ..29	
2. <i>Theory Planned of Behavior</i>32	
a. Sikap Terhadap Perilaku35	
b. Norma Subyektif38	
c. Kontrol Perilaku41	
3. Persepsi43	
a. Pengertian Persepsi46	
b. Unsur Unsur Persepsi44	
c. Proses Persepsi45	
d. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi..46	
4. <i>Maslahah</i>46	
a. Pengertian <i>Maslahah</i>46	
b. Lima <i>Maslahah</i> Dasar48	
c. Tingkatan <i>Maslahah</i>51	
5. Persepsi <i>Maslahah</i>53	
C. Hipotesis Penelitian54	

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian60	
B. Subjek dan Objek Penelitian.....61	
C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel61	
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Penentuan Sampling....62	
E. Instrumen Penelitian63	
F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen66	
1. Uji Validitas66	
2. Uji Reliabilitas.....70	
G. Teknik Analisis Data71	
1. <i>Partial Least Square</i>71	
2. Pengukuran <i>Outer Model</i>72	
3. Pengukuran Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....73	

BAB IV. HASIL DAN ANALISA PENELITIAN

A. Gambaran Umum Responden75	
1. Karakteristik Responden76	
2. Teknik Deskriptif Variabel.....81	

B. Analisa Data	83
1. Evaluasi Measurement (<i>Outer Model</i>)	83
2. Pengukuran Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	90
3. Pengujian Hipotesis	93
C. Pembahasan Hasil Penelitian	96

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	103
B. Saran	104

DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN LAMPIRAN	

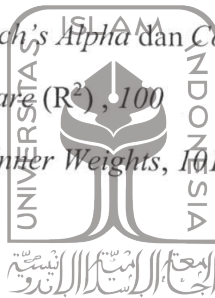


UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Perbedaan dan Persamaan Penelitian, 2
Tabel 2	: Perbedaan Tipe Respon Sikap, 41
Tabel 3	: Rangkuman Penelitian Yang Mendukung Hipotesis, 65
Tabel 4	: Kisi Kisi Instrumen Penelitian, 70
Tabel 5	: Contoh Kuesioner <i>Continuous Rating Scale</i> , 71
Tabel 6	: Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Masalah, 73
Tabel 7	: Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Sikap, 74
Tabel 8	: Hasil Uji Validitas Variabel Norma Subyektif, 74
Tabel 9	: Hasil Uji Validitas Variabel Kontrol Perilaku, 75
Tabel 10	: Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian Kompulsif, 75
Tabel 11	: Hasil Uji Reliabilitas, 77
Tabel 12	: Parameter Uji Validitas dalam Model PLS, 79
Tabel 13	: Hasil Penyebaran Kuesioner, 81
Tabel 14	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 82
Tabel 15	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 83
Tabel 16	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir, 84
Tabel 17	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, 84
Tabel 18	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Barang, 85
Tabel 19	: Karakteristik Responden Pembelian Berulang, 86
Tabel 20	: Karakteristik Responden Mudahnya Tertarik Dengan Iklan, 87
Tabel 21	: Karakteristik Responden Berdasarkan Statistik Deskriptif, 88

- Tabel 22 : Skor Loading Konstruk Persepsi *Maslahah*, 91
- Tabel 23 : Skor Loading Konstruk Sikap , 92
- Tabel 24 : Skor Loading Konstruk Norma Subyektif , 92
- Tabel 25 : Skor Loading Konstruk Kontrol Perilaku, 92
- Tabel 26 : Skor Loading Konstruk Perilaku Pembelian Kompulsif , 93
- Tabel 27 : AVE dan *Communality*, 93
- Tabel 28 : *Discriminant Validity* , 97
- Tabel 29 : Nilai *Crobach's Alpha* dan *Composite Reliability* , 98
- Tabel 30 : Nilai *R-Square* (R^2) , 100
- Tabel 31 : *Result For Inner Weights*, 101



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : *Theory of Planned Behavior*, 35

Gambar 2 : Kerangka Konseptual, 64

Gambar 3 : Output Model Pengukuran, 95

Gambar 4 : Output Model Pengukuran (Setelah Dinyatakan Valid) , 96

Gambar 5 : Grafik *Inner Model*, 99



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Data responden penelitian

Lampiran 3: Model PLS

Lampiran 4: *Crobach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Lampiran 5: *Discriminant Validity*



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Maraknya budaya materialisme, utilitarisme, dan hedonisme di negara muslim khususnya di negara Indonesia, telah menimbulkan perubahan perilaku yang sangat luar biasa pada umat Islam.¹ Dorongan hidup bebas membuat mereka terlena dan lupa dengan ajaran agama Islam sehingga tidak lagi mempedulikan norma norma agama. Seperti halnya dalam perilaku konsumsi, Aktivitas berbelanja tidak lagi di posisikan sebagai pola pemenuhan kebutuhan. Lebih dari itu, berbelanja adalah sebuah aktivitas menyenangkan, kenikmatan yang dianggap bisa memenuhi kebutuhan psikologis seseorang.² Artinya, berbelanja tidak hanya sekedar untuk mendapatkan produk yang diinginkan, melainkan berbelanja telah menjadi suatu aktivitas yang sifatnya rekreasi untuk mendapatkan kepuasan, berupa motif-motif sosial dan personal.

Aktivitas berbelanja ini dipengaruhi oleh perkembangan perekonomian di Indonesia yang semakin pesat. Hasil survei Nielsen tahun 2013 menempatkan negara Indonesia adalah negara kedua di Asia yang memiliki penggilai belanja diantara 58 Negara.³ Belanja sangat fenomenal ketika kegiatan tersebut menjadi sebuah perilaku adiktif, obsesi yang mana dilakukan secara terus - menerus dengan melakukan pembelian akan item - item yang sesungguhnya tidak begitu diperlukan melebihi kebutuhan dan sumber daya yang dimiliki. Perilaku ini dinamakan pembelian kompulsif.

¹ Rini Elvira, "Pengaruh Persepsi Konsumen Muslim Tentang Masalah Terhadap Keputusan Konsumsi Terbatas Hanya Pada Komoditas Halal", *Manhaj*, Vol. 4 No. 2 (Mei- Agustus 2016), hlm. 177.

² Yadi Supriadi, *Periklanan Perspektif Ekonomi Politik*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2013), hlm.72-73.

³ Ratih Kumala Sari, "Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying (Pembelian Kompulsif) Pada Masa Remaja Akhir Di Samarinda", *eJournal Psikologi*, Vol. 4, No. 4, (2016), hlm. 362.

Pembelian kompulsif didefinisikan sebagai kesibukan dengan dorongan keinginan membeli yang tidak tertahankan, mengganggu, dan tanpa proses berpikir atau sering membeli barang yang tidak dibutuhkan, atau berbelanja untuk waktu yang lebih lama dari yang ditentukan.⁴ Pembeli kompulsif merupakan pembeli yang suka membelanjakan uang mereka untuk membeli sesuatu yang tidak mereka butuhkan. Seorang yang kompulsif akan merasa gelisah jika keinginannya tidak terpenuhi atau jika barang yang diinginkan tidak dapat dibeli. Pembeli kompulsif merupakan gaya hidup yang tidak sehat dimana seseorang tidak mempertimbangkan dampak dari pembelian yang telah dilakukan.⁵

Pada dasarnya manusia adalah *homo economicus* yang merupakan sosok manusia yang rasional, akan tetapi berkebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Membeli atau berbelanja merupakan suatu kegiatan yang wajar untuk memenuhi kebutuhan hidup.⁶ Akan tetapi, saat ini tidak semua individu termasuk konsumen muslim dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Banyak konsumen muslim yang membeli suatu benda karena untuk memenuhi keinginan, bukan untuk memenuhi kebutuhan.

Ajaran Islam sendiri tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang dan jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan

⁴ Tegu lesmana, dkk, " Application Of CBT In Coping With Compulsive Buying On Online Shopping by Young Adult Woman", *Jurnal Muara Ilmu Sosial*, Vol. 1 No. 1 (April 2017), hlm. 66.

⁵ Rizky Fajar Akhadiyah, " Pengaruh Motivasi Pembelian Dan Harga Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Produk Fashion", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 48, No. 1, (Juli, 2017), hlm. 19.

⁶ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam* , (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013). hlm. 131.

kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah *maslahah*.⁷

Al Ghazali juga mengatakan bahwa *maslahah* melahirkan manfaat, tidak mendatangkan mudharat serta memelihara tujuan syara' yaitu, agama, jiwa, akal, keturunan dan harta dari kegiatan konsumsi. *Maslahah* adalah pemilikan atau kekuatan barang/jasa yang mengandung elemen elemen dasar dan tujuan kehidupan umat manusia di dunia.

Beberapa penelitian tentang perilaku pembelian kompulsif di Indonesia sudah dilakukan tapi lebih pada upaya untuk mencari faktor yang menyebabkan timbulnya pembelian kompulsif. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Sumarto, Subroto dan Arianto (2011) menemukan bahwa penggunaan kartu kredit berpengaruh terhadap pembelian kompulsif dan pembelian kompulsif berkorelasi dengan kecenderungan untuk gagal membayar kredit. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa perilaku pembelian kompulsif tidak memperhatikan konsep *maslahah* yang didapat dari aktifitas konsumsi tersebut.

Padahal rasionalitas Islam mengatakan bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan *maslahah* yang diperolehnya, sehingga sebagai konsumen muslim akan cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan *maslahah* maksimum. Hal ini sesuai dengan keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah adalah sempurna.

Secara teoritis paparan kepribadian konsumen muslim memang mudah untuk dipahami. Namun ketika masuk kedalam wilayah praktis, terasa agak sulit untuk memfungsikan kepribadian konsumen muslim, karena setiap konsumen muslim memiliki karakter dan persepsi yang berbeda. Mereka melihat aktivitas konsumsi dari cara pandang mereka masing-masing sehingga akan menimbulkan perbedaan persepsi tentang konsep *maslahah*. Perbedaan bisa mencakup, (1) persepsi konsumsi sesuai dengan

⁷ *Ibid.*, hlm. 132.

kebutuhan, yaitu konsumsi yang mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan, (2) persepsi menolak kemudharatan, yaitu menolak mengkonsumsi komoditas haram, mengabaikan kepentingan orang lain, dan membahayakan diri sendiri, (3) persepsi mardhatillah, yaitu sikap yang lebih mengutamakan aspek manfaat dibandingkan aspek kesenangan.⁸

Sehingga, konsumen muslim dengan pengetahuannya tentang konsep *masalah* ini, bisa memberikan pengaruh terhadap sikap yang bisa mempengaruhi terhadap perilaku pembelian kompulsif. Oleh karena itu penelitian ini mencoba melakukan integrasi dimensi persepsi *masalah* kedalam model *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Integrasi persepsi *masalah* ke dalam model TPB ini diharapkan dapat semakin mengembangkan teori TPB sekaligus membuktikan bagaimana pengaruh persepsi *masalah* mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif pada konsumen muslim.

TPB merupakan teori yang banyak digunakan dalam penelitian-penelitian mengenai perilaku individu di karenakan TPB merupakan model yang terintegrasi yang terdiri dari empat prediktor dari perilaku yaitu sikap, norma subyektif, *perceived behavioral control* (PBC), dan niat untuk berperilaku.⁹

Icek Ajzen dan Martin Fishbein mengemukakan Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*) yang dikenal dengan TRA yang mengatakan bahwa sikap mempengaruhi perilaku lewat suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan dampaknya terbatas hanya pada tiga hal:¹⁰ Pertama, perilaku tidak banyak ditentukan oleh sikap umum tapi oleh sikap yang spesifik terhadap sesuatu. Kedua, perilaku dipengaruhi tidak hanya oleh sikap tapi juga oleh norma-norma subjektif (*subjective norms*) yaitu

⁸ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006), hlm. 97.

⁹ Ajzen I & Driver, B. L, "Prediction of Leisure Participation from Behavioral, Normative, and Control Beliefs: an Application of The Theory of Planned Behavior, *Leisure Sciences Journal*, Vol. 13, (1991), hlm. 190.

¹⁰ Ajzen and Fisbein, 1975 dalam Brehm dan Kassin, 1990 : Ajzen, 1988

keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita perbuat. Ketiga, sikap terhadap suatu perilaku bersama norma-norma subjektif membentuk suatu intensi atau niat berperilaku tertentu.

Kemudian teori perilaku beralasan diperluas dan dimodifikasi oleh Ajzen (1985) dan dinamai Teori Perilaku Terencana (*Theory of planned behavior*). Inti teori ini mencakup 3 hal yaitu; yaitu keyakinan tentang kemungkinan hasil dan evaluasi dari perilaku tersebut (*behavioral beliefs*), keyakinan tentang norma yang diharapkan dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs*), serta keyakinan tentang adanya faktor yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku dan kesadaran akan kekuatan faktor tersebut (*control beliefs*).

Menurut Ajzen (2005) Sikap adalah suatu disposisi untuk respon positif atau negatif terhadap benda, orang, intitusi atau peristiwa. Sedangkan Norma Subjektif merupakan faktor sosial yang mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Determinan ketiga dari *Theory of planned behavior* adalah kontrol perilaku. Ajzen (1988) mendefenisikan bahwa faktor ini menggambarkan persepsi individu mengenai mudah atau tidaknya individu untuk melakukan tinfgkah laku dan diasumsikan merupakan refleksi dari pengalaman yang telah terjadi sebelumnya serta hambatan-hambatan yang diantisipasi.

Oleh karena itu, sangatlah menarik penelitian ini dilakukan. Karena seorang muslim perlu mempertimbangkan segala hal dalam konsumsi, sehingga bisa melahirkan *masalah* dari aktifitas tersebut. Dimana sebenarnya, dengan memiliki persepsi konsep *masalah* yang benar, hal itu akan mempengaruhi sikapnya dalam melakukan perilaku pembelian kompulsif. Semakin tinggi konsumen muslim memiliki persepsi bahwa *masalah* adalah yang paling penting dalam hal aktifitas konsumsi, maka perilaku pembelian kompulsif yang muncul akan rendah, begitu sebaliknya, jika rendahnya persepsi tentang *masalah* maka perilaku pembelian kompulsif yang muncul akan tinggi.

Untuk itu penelitian ini mencoba menguji model TPB dalam perilaku konsumen muslim terhadap pembelian kompulsif, dengan

melakukan perluasan TPB melalui penambahan prediktor baru yaitu persepsi *masalah*. Penambahan prediktor ini dilakukan untuk menguji model konseptual peran *masalah* dalam perilaku konsumen muslim terhadap pembelian kompulsif. Sehingga judul dalam penelitian tesis ini adalah **“Pengaruh Persepsi Masalah Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka dapat ditentukan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi *masalah* terhadap sikap?
2. Bagaimana pengaruh sikap terhadap perilaku pembelian kompulsif?
3. Bagaimana pengaruh norma subjektif terhadap perilaku pembelian kompulsif?
4. Bagaimana pengaruh kontrol perilaku terhadap perilaku pembelian kompulsif?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

- a. Untuk mengetahui persepsi konsumen muslim tentang *masalah* terhadap perilaku pembelian kompulsif
- b. Untuk mengetahui apakah dalam pembelian kompulsif yang dilakukan konsumen muslim dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Diharapkan dari penelitian ini dapat dijadikan suatu masukan dan gagasan bagi pengembangan kajian

teoritis tentang perilaku serta peran *masalah* dalam perilaku pembelian kompulsif.

- 2) Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan ataupun pengetahuan terkait dengan perilaku dan peran *masalah* dalam perilaku pembelian kompulsif.

b. Manfaat Praktis

- 1) Diharapkan dari penelitian ini dapat dijadikan suatu pertimbangan ataupun masukan yang sangat berharga bagi konsumen muslim dalam melakukan pembelian kompulsif
- 2) Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan bisa menambah khazanah ilmu pengetahuan yang ke depannya dapat dikembangkan lebih lanjut

D. Sistematika Pembahasan

Agar lebih terarah dan teratur dalam melakukan penelitian penulisan tesis ini terdiri dari 5 bab terintegrasi sebagai suatu kesatuan integral yang saling berhubungan. Pembahasan sistematis dipergunakan untuk mempermudah proses penelitian, penyusunan hasil penelitian, dan juga diharapkan dapat mempermudah pembaca dalam memahami isi tesis ini., maka perlu dijabarkan sistematika pembahasan penelitian ini sebagai berikut:

Bab pertama, penulis menjelaskan secara umum tentang gambaran awal kajian yang akan diangkat oleh penulis, dalam hal ini penulis membagi menjadi empat bagian yaitu pendahuluan yang mencakupi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan

Bab kedua, pada bab ini diuraikan telaah pustaka berupa kajian penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini baik berupa tesis, disertasi maupun jurnal penelitian local dan internasional. Setelah itu dideskripsikan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian untuk merumuskan hipotesis yang ingin diuji, beserta penjabaran hipotesis berupa jawaban

sementara atas rumusan masalah yang telah diajukan dan akan diuji kebenarannya dalam proses penelitian ini.

Bab ketiga, dalam bab ini peneliti menjelaskan metode penelitian yang relevan untuk peneliti gunakan dalam menjawab permasalahan penelitian tersebut. Penjelasan mengenai bab III ini berisi tentang jenis penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi, teknik pengumpulan data, jenis data, definisi operasional variabel penelitian, uji validitas, uji reabilitas dan teknik analisis data.

Bab keempat, bab ini berisi gambaran umum responden yang diteliti. Selanjutnya dipaparkan uraian hasil penelitian berupa kondisi objektif hasil penelitian. Setelah itu, data atau informasi hasil penelitian diolah, dianalisis, ditafsirkan, dikaitkan dengan landasan teori yang telah diuraikan pada Bab II sehingga dapat diketahui secara jelas bagaimana hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan yang dikemukakan terdahulu serta apakah hasil penelitian ini sesuai atau tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Bab kelima, bab terakhir akan diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, saran yang bermanfaat untuk objek penelitian dan penelitian selanjutnya serta keterbatasan penelitian.

BAB II

KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU, LANDASAN TEORI, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, dan Hipotesis

Sebelum melakukan penelitian lebih dalam, ada beberapa penelitian yang memiliki pembahasan yang hampir sama dengan penulis. Penulis telaah pustaka terhadap penelitian terdahulu baik berupa tesis, riset, jurnal dan disertasi yang mana berkaitan dengan pembahasan peneliti mengenai persepsi *masalah*, perilaku, dan pembelian kompulsif dari berbagai aspek. Untuk memberikan pembahasan yang lebih mendalam terhadap objek yang akan diteliti oleh penulis. Adapun penelitian tersebut adalah:

1. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Anton Priyo Nugroho, UIN Sunan Kalijaga, yang berjudul “Pengaruh Religiusitas Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung di Perbankan Syariah”. Maka berdasarkan kesimpulannya adalah penelitian ini menemukan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah menggunakan produk dan jasa bank syariah. Temuan penting lainnya adalah efikasi terhadap niat berperilaku. Kemudian menemukan bahwa sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku. Dalam norma subyektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berperilaku namun pengaruhnya lemah. Terakhir, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa hubungan antara niat dan perilaku yang sangat kuat. ¹
2. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Rizky Fajar Akhadiyah Dan Suharyono, yang berjudul "Pengaruh Motivasi Pembelian Dan Harga Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Produk Fashion". Jenis Penelitian yang digunakan

¹ Anton Priyo Nugroho, “The Influence Of Religiosity And Efficacy On The Saving Behavior Of The Islamic Banks ”. *Banks And Bank Systems*, Vol. 12, Issue 3, (2017), hlm. 35.

adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 116 orang responden yang merupakan konsumen fashion Malang Town Square (MATOS) di Kota Malang. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial motivasi pembelian (X1) terhadap perilaku pembelian kompulsif (Y) dengan koefisien regresi (b) sebesar 0,285 dan nilai signifikansi t sebesar $0,000 \leq \alpha (0,05)$, terdapat pengaruh signifikan secara parsial harga diri (X2) terhadap perilaku pembelian kompulsif (Y) dengan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,170 dan nilai signifikansi t sebesar $0,002 < \alpha (0,05)$, terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama motivasi pembelian (X1) dan harga diri (X2) terhadap perilaku pembelian kompulsif (Y) dengan nilai signifikansi $F 0,000 < \alpha (0,05)$.²

3. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Anna Elrika Christin Wiyana dan Edwin Japarianto, yang berjudul “Pengaruh Sikap Pembaca Dan Norma Subyektif Terhadap Perilaku Pembelian Harian Kompas Di Surabaya Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”. Jenis penelitian ini melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, studi kepustakaan, dan kuesioner pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*, sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur/ *path analysis* dengan menggunakan software Smart PLS 2.0 (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap

² Rizky Fajar Akhadiyah, “Pengaruh Motivasi Pembelian Dan Harga Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Produk Fashion”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 48, No. 1, (Juli, 2017), hlm. 19.

pembaca berpengaruh terhadap minat beli, variabel norma subyektif berpengaruh terhadap minat beli, dan variabel minat beli berpengaruh terhadap perilaku pembelian.³

4. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Euis Soliha, yang berjudul “Pengaruh Self Acceptance Importance, Affiliation Importance, Dan Community Feeling Importance Terhadap *Compulsive Buying*”, Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung. Kuesioner digunakan untuk mengungkap variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan tehnik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Analisis penelitian menggunakan *regresi berganda* dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif SelfAcceptance Importance, Affiliation Importance dan Community Feeling terhadap *Compulsive Buying*.⁴
5. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Rini Elvira, yang berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen Muslim Tentang *Maslahah* Terhadap Keputusan Konsumsi Terbatas Hanya Pada Komoditas Halal”, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif, dengan hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa “Persepsi konsumen muslim tentang *masalah* (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumsi terbatas hanya pada komoditas halal (Y) pada tingkat alpha sebesar 1% atau pada tingkat kepercayaan 99%. Sehingga hipotesis alternatif (Ha) diterima Pada

³ Anna Elrika Christin Wiyana, Edwin Japarianto, “Pengaruh Sikap Pembaca Dan Norma Subyektif Terhadap Perilaku Pembelian Harian Kompas Di Surabaya Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1 (2014), hlm. 8.

⁴ Euis Soliha, “Pengaruh Self- Acceptance Impotence, Affiliation Importance, Dan Community Feeling Importance Terhadap *Compulsive Buying*”, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 14, No. 1 (2010), hlm. 19.

tingkat alpha sebesar 1% atau pada tingkat kepercayaan 99%.”⁵

6. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Ristianawati Dwi Utami, yang berjudul "Pengaruh *Family Stucture* Terhadap Materialisme Dan Pembelian Kompulsif Pada Remaja". Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui perbedaan sikap materialisme dan kompulsif membeli di kalangan remaja yang berasal dari keluarga utuh dengan keluarga yang terganggu, (2) hingga mengukur pengaruh sumber daya keluarga dan tekanan keluarga terhadap sikap materialisme dan pembelian kompulsif pada remaja dan (3) untuk mengukur pengaruh struktur keluarga sumber daya keluarga dan stresor keluarga ketika dimoderasi oleh variabel status sosial ekonomi. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah *analisis regresi berganda* dan metode sampling yang digunakan ialah *purposive sampling*. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah remaja korban perceraian maupun bukan korban perceraian dan berusia antara 11-16 tahun. Hasil dari penelitian *Family resources* dan *family stressors* berpengaruh terhadap materialisme dan pembelian kompulsif.⁶
7. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Achmad Slamet, dengan judul "Pengaruh Sikap Konsumen Mengenai Strategi Pemasaran Pasar Swalayan Terhadap Pola Perilaku Pembelian". Penelitian ini dalam bidang Manajemen Pemasaran sebagai suatu observasi analitik yang dilakukan dengan metode survai bersifat non sksperimental. Sedangkan kerangka sampling ditempuh dengan menentukan sampel

⁵ Rini Elvira, "Pengaruh Persepsi Konsumen Muslim Tentang Masalah Terhadap Keputusan Konsumsi Terbatas Hanya Pada Komoditas Halal", *Manhaj*, Vol. 4 No. 2 (Mei- Agustus 2016), hlm. 177.

⁶ Ristianawati Dwi Utami, "Pengaruh *Family Stucture* Terhadap Materialisme Dan Pembelian Kompulsif Pada Remaja," *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan* , Vol. 4, No. 3 (Desember 2011), hlm. 63.

daerah yang dipilih secara *purposive*, karena berhubungan dengan tujuan penelitian yaitu daerah dekat dengan pasar swalayan. Untuk memperoleh data penelitian ini melakukan survey responden dan analisis data yang dipakai adalah analisis regresi. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semakin positif sikap konsumen mengenai strategi pemasaran pedagang eceran pasar swalayan akan mengakibatkan terjadinya keterikatan konsumen pada tempat pembelanjaan pasar swalayan semakin menguat. Begitu juga berlaku sebaliknya semakin negatif sikap konsumen mengenai strategi pemasaran pasar swalayan akan melemahkan keterikatan konsumen pada tempat pembelanjaan pasar swalayan.⁷

8. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Kurnianingtias Wulandari dengan judul “Pengaruh Kecanduan Dan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Online”. Penelitian ini berbentuk penelitian asosiatif, karena dalam penelitian ini membahas tentang pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian dilakukan dengan menyasar masyarakat Indonesia pengguna media internet. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 80 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode survey menggunakan kuesioner serta menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kecanduan internet dan materialisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif online. Berdasarkan hasil penelitian semakin sering seseorang menghabiskan waktunya bermain internet serta memiliki pola pikir materialis cenderung memiliki perilaku belanja kompulsif online. Fenomena

⁷ Achmad Slamet, “Pengaruh Sikap Konsumen Mengenai Strategi Pemasaran Pasar Swalayan Terhadap Pola Perilaku Pembelian”, *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Dinamika*, Vol. 11, No. 2 (2002), hlm. 92.

tersebut merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk merancang strategi yang mampu mendorong calon konsumen agar tertarik dan membeli produk yang ditawarkan.⁸

9. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Azwar Iskandar, dan Rahmaluddin Saragih, yang berjudul “Pengaruh sikap kearah perilaku, norma subyektif, dan persepsi kontrol atas perilaku terhadap niat dan perilaku whistleblowing CPNS”. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner, dengan teknik *simple random sampling* dan pendekatan kuantitatif Pemodelan Persamaan Struktural dengan *Partial Least Square* (PLS). Hasil studi membuktikan bahwa sikap ke arah perilaku (*attitude toward behavior*) para CPNS tidak berpengaruh signifikan terhadap niat mereka untuk melakukan pengungkapan kecurangan (*whistleblowing*). Variabel norma subjektif dan persepsi kemampuan mengontrol perilaku para CPNS, berpengaruh signifikan terhadap niat mereka untuk melakukan *whistleblowing*. Niat para CPNS dalam melakukan *whistleblowing* berpengaruh signifikan terhadap perilaku. Sedangkan persepsi kemampuan mengontrol perilaku para CPNS tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku.⁹
10. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Rini Kartika Sari yang berjudul "Pengaruh Kontrol Diri, Motivasi Dan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif". Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kontrol diri, motivasi dan materialisme terhadap pembelian kompulsif pada Universitas Muhammadiyah Purworejo. Teknik pengambilan sampel

⁸ Kurnianingtias Wulandari, “Pengaruh Kecanduan Internet Dan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Online”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7 No. 2 (2018), hlm. 1021

⁹ Azwar Iskandar, Rahmaluddin Saragih, “Pengaruh Sikap Kearah Perilaku, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Atas Perilaku Terhadap Niat Dan Perilaku Whistleblowing”, *Jurnal Tata Kelola Dan Akuntabilitas Keuangan Negara*, Vol. 4, No. 1, (Jan-Jun 2018), hlm. 63.

dalam penelitian ini dilakukan dengan *Purposive Sampling* dengan sampel 100 mahasiswa. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda, yang sebelumnya menggunakan uji validitas dengan CFA dan uji reliabilitas dengan *cronbach alfa* > 0.6 . Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif antara kontrol diri terhadap pembelian kompulsif, terdapat hubungan positif antara motivasi terhadap pembelian kompulsif, terdapat hubungan positif antara materialisme terhadap pembelian kompulsif.¹⁰

11. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Indah Pratiwi, dengan judul “Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha”. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi yang berjumlah 156 orang dengan jumlah sampel 61 orang dan diambil dengan teknik *Purposive Sampling*. Sedangkan Data dikumpulkan dengan menggunakan metode dokumentasi dan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan ‘t test’, ‘F test’ dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion sebesar 11.442, kelompok teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion sebesar 2,707, dan kontrol diri berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion sebesar 1,714, serta literasi ekonomi, kelompok teman sebaya dan kontrol diri berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian

¹⁰ Rini Kartika Sari, " Pengaruh Kontrol Diri, Motivasi Dan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif," *Segmen Manajemen*, Vol. 9, No. 1, (2013), hlm. 1.

impulsif produk fashion mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 98,012.¹¹

12. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Ardinia Triwidyastika, yang berjudul “Studi Tentang Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Pada Belanja Online Dan Implikasinya Pada Minat Belanja Online Di D’Shetwo Boutique”. Pada penelitian ini, peneliti mengkombinasikan kedua data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari jawaban atas daftar pertanyaan yang diberikan pada responden yaitu para calon pelanggan D’Shetwo Boutique yang sudah pernah melakukan pembelian online di toko lain. Sedangkan, sumber data sekunder diperoleh dari data-data tertulis lainnya yang berkaitan dengan penelitian seperti literatur-literatur, jurnal-jurnal penelitian, majalah, maupun data dokumen lainnya. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM. Hasil studi membuktikan dari 8 hipotesis semua memiliki pengaruh signifikan kecuali hipotesis ke 5 yang tidak diterima yaitu semakin tinggi persepsi kemudahan transaksi, maka semakin rendah tingkat persepsi resiko.¹²
13. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Sonny Andrianto, yang berjudul “Peran Keluarga Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Remaja”, Penelitian ini mencoba menganalisis perilaku pembelian kompulsif yang ada pada kalangan remaja dan meninjaunya dari faktor peran keluarga. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan antara perilaku pembelian kompulsif dan beberapa faktor dalam keluarga diantaranya

¹¹ Indah Pratiwi, " Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha," *eJournal Jurusan Pendidikan Ekonomi* , Vol. 9, No. 1, (2017), hlm. 1.

¹² Ardinia Triwidyastika, “Studi Tentang Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Pada Belanja Online Dan Implikasinya Pada Minat Belanja Online Di D’Shetwo Boutique”, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. XI, No. 1, (Mei 2012), hlm. 51.

perceraian dalam keluarga, perilaku menyimpang pada anggota keluarga, pola konsumsi dalam keluarga, sikap orangtua terhadap permintaan anak atas barang-barang, dan persepsi orangtua terhadap perilaku pembelian kompulsif. Skala yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu informasi demografis dan skala terkait variabel penelitian. Sedangkan alat analisis data menggunakan SPSS 12.00 dilakukan dengan analisis deskriptif, korelasi antar variabel penelitian dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dari *pearson* dan uji beda dengan menggunakan *t-test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari beberapa faktor diatas, hanya ada satu faktor yang memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pembelian kompulsif. Yaitu, semakin positif persepsi orang tua, maka perilaku pembelian kompulsif yang muncul juga semakin tinggi, demikian juga sebaliknya.¹³

14. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Ignasius David Chandryanto, yang berjudul “Pengaruh Sikap Penggunaan Uang Pada Anak Muda Dalam Penggunaan Kartu Kredit Terhadap Pembelian Kompulsif Di Surabaya”. Penelitian ini berfokus pada *money attitude* dan yang sangat mempengaruhi *compulsive buying* dan *credit card usage*. Analisis dalam penelitian ini menggunakan SEM (Structural Equation Modeling) dan diolah menggunakan software SPSS versi 18.0 for Windows serta AMOS versi 22.0 for Windows untuk pengujian Model Measurement dan Structural. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa *power-prestige*, *anxiety* dan *credit card usage* yang mempunyai pengaruh positif terhadap *compulsive buying*. Sedangkan *retention-time* mempunyai pengaruh negatif terhadap *compulsive buying*. Dari beberapa variabel ada 1 yang tidak menunjukkan adanya pengaruh

¹³ Sonny Andrianto, “Peran Keluarga Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Remaja, “Pengaruh Self- Acceptance Impotance, *Psikologika*, Vol. 19, No. 1 (2014), hlm. 38.

langsung terhadap *compulsive buying* yakni distrust. Penelitian ini dapat mendukung aktivitas manajer bank untuk memberikan promo kartu kredit yang lebih menarik lagi..¹⁴

15. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh R. Andi Sularso, yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Sikap Dan Niat Pembelian Online”, Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh antar variabel, yaitu antara *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, terhadap *Attitude toward online*. *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, terhadap *Repurchase intention online*. *Attitude toward online* terhadap *Repurchase intention online* pada pembelian batik di Jawa Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah cluster proporsional sampling. Teknik analisis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan paket program *Analysis of Moment Structure* (AMOS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan pembelian online yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen pada pembelian online, manfaat pembelian online yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen pada pembelian online, kemudahan penggunaan pembelian online yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang online, manfaat pembelian online yang dirasakan berpengaruh tidak signifikan terhadap niat pembelian ulang online, serta sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang online.¹⁵

¹⁴ Ignasius David Chandryanto, “Pengaruh Sikap Penggunaan Uang Pada Anak Muda Dalam Penggunaan Kartu Kredit Terhadap Pembelian Kompulsif Di Surabaya, *Calyptra*, Vol. 7, No. 1, (2018), hlm. 51.

¹⁵ R.Andi Sularso, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Sikap Dan Niat Pembelian Online”, *Jurnal Maksipreneur*, Vol. 1, No. 2 (2012), hlm. 17.

16. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Iwan Sidharta dan Rahmawati Sidh, yang berjudul “Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada E- Commerce”, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perceived usefulness, perceived of use, attitude, dan intention to use mahasiswa STMIK Mardira Indonesia Bandung terhadap perilaku online shopping pada e-commerce. Kemudian penelitian ini menggunakan metode penelitian exploratory dengan teknik analisis data menggunakan Structural Equation Modelling (SEM), component based Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived usefulness, perceived of use berpengaruh signifikan terhadap attitude mahasiswa STMIK dalam online shopping, serta berpengaruh signifikan pula terhadap intention to use .¹⁶

Ada beberapa persamaan dan perbedaan dalam penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1
Perbedaan dan Persamaan Penelitian

No	Nama Peneliti	Judul	Perbedaan	Persamaan
1.	Anton Priyo Nugroho	<i>“The Influence Of Religiosity And Efficacy On The Saving Behavior Of The Islamic Banks”</i>	Variabel yang digunakan dalam penambahan prediktor adalah religiusitas	Grand Theory yang dipakai adalah Theory Planed Of Behavior (TPB)

¹⁶ Iwan Sidharta dan Rahmawati Sidh, “Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada E- Commerce”, *Junral Computech & Bisnis*, Vol. 8, No. 2 (Desember, 2014), hlm. 92.

No	Nama Peneliti	Judul	Perbedaan	Persamaan
2.	Rizky Fajar Akhadiyah Dan Suharyono	"Pengaruh Motivasi Pembelian Dan Harga Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Produk Fashion"	Teknik analisis yang dipakai menggunakan Analisis regresi linier berganda.	Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik <i>purposive sampling</i>
3.	Anna Elrika Christin Wiyana dan Edwin Japarianto,	"Pengaruh Sikap Pembaca Dan Norma Subyektif Terhadap Perilaku Pembelian Harian Kompas Di Surabaya Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening"	Variabel Y dalam penelitian ini adalah perilaku pembelian harian dengan menggunakan variabel intervening	Penelitian menggunakan kuesioner dengan pengambilan sampel yaitu <i>purposive sampling</i> , serta menggunakan analisis jalur/ <i>path analysis</i> dengan menggunakan software Smart PLS 2.0 (<i>Partial Least Square</i>).
4.	Euis Soliha	"Pengaruh Self-Acceptance, Impotence, Affiliation Importance, Dan Community Feeling Terhadap Compulsive"	Penelitian dengan menggunakan analisis regresi	Variabel dependen yang sama yaitu Pembelian Kompulsif dimana teknik pengambilan sampel yaitu dengan

No	Nama Peneliti	Judul	Perbedaan	Persamaan
		<i>Buying</i>		menggunakan teknik <i>purposive sampling</i>
5.	Rini Elvira	“Pengaruh Persepsi Konsumen Muslim Tentang Masalah Terhadap Keputusan Konsumsi Terbatas Hanya Pada Komoditas Halal”	Variabel dependen yang digunakan adalah keputusan konsumsi terbatas hanya pada komoditas halal dan pokok penelitian khusus terhadap mahasiswa syariah dan ekonomi Islam	Dengan Variabel independen yaitu persepsi masalah
6.	Ristianawati Dwi Utami	“Pengaruh Family Structure Terhadap Materialisme Dan Pembelian Kompulsif Pada Remaja”	Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi berganda dengan sasaran kompulsif pada remaja	Penentuan sampel menggunakan metode <i>purposive sampling</i>
7.	Achmad Slamet,	“Pengaruh Sikap Konsumen Mengenai Strategi Pemasaran Pasar Swalayan Terhadap Pola	Analisis data yang dipakai adalah analisis regresi.	Data untuk penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dengan

No	Nama Peneliti	Judul	Perbedaan	Persamaan
		<i>Perilaku Pembelian”</i>		teknik pengambilan sample menggunakan <i>purposive sampling</i>
8.	Kurnianingti ias Wulandari	<i>” Pengaruh Kecanduan Dan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Online ”</i>	Menggunakan analisis regresi berganda	Variabel dependen yaitu Perilaku Pembelian Kompulsif dan pengambilan sampel menggunakan teknik <i>purposive sampling</i>
9.	Azwar Iskandar, dan Rahmaluddin Saragih	<i>“Pengaruh sikap kearah perilaku, norma subyektif, dan persepsi kontrol atas perilaku terhadap niat dan perilaku whistleblowing CPNS”</i>	Sample penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik <i>simple random sampling</i>	Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner, pendekatan kuantitatif dan pemodelan Persamaan Struktural dengan <i>Partial Least Square (PLS)</i>

No	Nama Peneliti	Judul	Perbedaan	Persamaan
10.	Rini Kartika Sari	<i>"Pengaruh Kontrol Diri, Motivasi Dan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif"</i>	Analisis data yang dipakai adalah analisis regresi.	Variabel Y dalam penelitian ini yaitu perilaku pembelian kompulsif, dengan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan <i>Purposive Sampling</i>
11.	Indah Pratiwi,	<i>"Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha"</i>	Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal dan data dianalisis dengan menggunakan 't test', 'F test' dan analisis regresi linier berganda	Variabel Kontrol Diri dan sample penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik <i>Purposive Sampling</i> .

No	Nama Peneliti	Judul	Perbedaan	Persamaan
12.	Ardinia Triwidyastika	<i>“Studi Tentang Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Pada Belanja Online Dan Implikasinya Pada Minat Belanja Online Di D’Shetwo Boutique”</i>	Teknik analisis yang digunakan adalah SEM	Menggunakan Variabel yang mendekati dengan masalah yaitu manfaat. (Persepsi Manfaat)
13.	Sonny Andrianto, “	<i>“Peran Keluarga Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Remaja”</i>	Alat analisis data menggunakan SPSS 12.00 dan korelasi antar variabel penelitian dengan menggunakan teknik korelasi <i>product moment</i> dari <i>pearson</i> dan uji beda dengan menggunakan t-test.	Pendekatan Kuantitatif dan variabel pembelian kompulsif
14.	Ignasius David Chandryanto	<i>“Pengaruh Sikap Penggunaan Uang Pada Anak Muda Dalam Penggunaan</i>	Penelitian ini menggunakan SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	Variabel Sikap dan Perilaku Pembelian Kompulsif

No	Nama Peneliti	Judul	Perbedaan	Persamaan
		<i>Kartu Kredit Terhadap Pembelian Kompulsif Di Surabaya”</i>		
15.	R. Andi Sularso	<i>“Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Sikap Dan Niat Pembelian Online”</i>	Teknik analisis menggunakan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) dengan menggunakan paket program <i>Analysis of Moment Structure</i> (AMOS)	Variabel manfaat / masalah
16.	Iwan Sidharta dan Rahmawati Sidh	<i>“Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada E-Commerce”,</i>	Teknik analisis data menggunakan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM), <i>component based Partial Least Squares</i> (PLS)	Persepsi Manfaat / masalah

B. Landasan Teori

1) Perilaku Pembelian Kompulsif

a. Definisi Pembelian Kompulsif

Pembelian Kompulsif merupakan salah satu perilaku konsumtif yang fenomenal dimana individu melakukan aktifitas pembelian secara langsung tanpa alasan yang jelas mengapa mereka melakukan pembelian.¹⁷ Siloha mengatakan bahwa setiap konsumen pasti mempunyai keinginan untuk membeli sesuatu secara terus menerus. Namun jika pembelian ini berlebihan dan menjadi sebuah kebiasaan, maka hal inilah yang biasa disebut *compulsive buying*.¹⁸

Mowen menyatakan bahwa pembelian kompulsif dapat didefinisikan sebagai “Respons terhadap dorongan yang tidak terkendali atau keinginan untuk memperoleh, menggunakan, atau mengalami suatu perasaan, substansi atau kegiatan yang menuntun individu untuk secara berulang kali terlibat dalam perilaku yang akhirnya merugikan individu atau individu lain.”¹⁹

Faber dan O’Guinn mengatakan bahwa kecenderungan perilaku pembelian kompulsif adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian berulang ulang sebagai akibat dari adanya peristiwa yang tidak menyenangkan ataupun perasaan negatif.²⁰

¹⁷ Solomon, M.R., *Consumer behavior: buying, having, and being* (8th ed). (Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, 2009) hlm. 134.

¹⁸ Siloha, “Pengaruh *Self-Acceptance Importance, Affiliation Importance* dan *Community Feeling Importance* Terhadap *Compulsive Buying*”, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 14 No.1, (April, 2002), hlm. 20.

¹⁹ J.C Mowen, M. Minor, “Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Ke 5”, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 11.

²⁰ Fenny Felicia, Rianda Elvinawaty, dan Sri Hartini, “Kecenderungan Pembelian Kompulsif: Peran Perfeksionisme Dan Gaya Hidup Hedonistic”, *Psikologia*, Vol. 9, No. 3 (2014), hlm. 109.

Edward mengatakan bahwa perilaku pembelian kompulsif sebagai dorongan yang kuat terhadap belanja yang tidak terkendali dan berulang ulang untuk membeli dengan mengabaikan konsekuensinya.²¹

Berdasarkan pengertian diatas peneliti menyimpulkan bahwa kecenderungan pembelian kompulsif adalah dorongan yang tidak terkendali atau dorongan yang kuat untuk melakukan pembelian yang dilakukan secara berulang ulang atau terus menerus sebagai akibat dari adanya peristiwa yang tidak menyenangkan ataupun perasaan negatif tanpa memperdulikan konsekuensinya.

b. Aspek Aspek Pembelian Kompulsif

Edward (1993) berpendapat bahwa aspek-aspek dari pembelian kompulsif adalah *predispositional* dan *circumstansial factors* meliputi:²²

- a) *Tendency to spend*, yaitu lebih mengarah kepada kecenderungan individu untuk berbelanja dan membeli secara berlebihan atau yang disebut dengan “periode dalam berbelanja”.
- b) *Compulsion/drive to spend*, yaitu dorongan yang terdapat dalam diri individu, keasyikan, tindakan kompulsi, dan impulsivitas dalam berbelanja dan pola membeli.
- c) *Feeling (joy) about shopping and spending*, yaitu individu akan menikmati aktivitas berbelanja dan membeli yang dilakukan.
- d) *Dysfunctional spending*, yaitu tingkat disfungsi lingkungan dari individu dan

²¹ *Ibid.*, hlm. 110.

²² *Ibid.*, hlm. 105.

akibat dari perilaku belanja individu yang bersangkutan.

- e) *Post-purchased guilt*, yaitu terdapat perasaan penyesalan dan rasa malu yang dialami setelah individu melakukan pembelian secara berlebihan.

c. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Kompulsif

Menurut Desarbo dan Ewards, faktor yang mempengaruhi pembelian kompulsif adalah *predispositional dan circumstantial factors*:²³

- a) *Predispositional factors*, yaitu konstruk konstruk yang mempengaruhi individu untuk melakukan pembelian kompulsif dan mengindikasikan kecenderungan secara umum yang mengarah pada pembelian kompulsif. *Predispositional factors* meliputi: Kecemasan, Perfeksionisme, *Self-esteem*, Fantasi, *Impulsivitas*, Kompulsivitas umum, *Dependence*, *Approval seeking*, *Locus of control*, *Depresi*

- b) *Circumstantial factors*: faktor ini merupakan faktor yang dihasilkan dari kondisi individu pada saat ini dan juga dapat memicu munculnya perilaku pembelian kompulsif selanjutnya. Meliputi: *Avoidance Coping*, *Denial*, *Isolation*, *Materialisme*

d. Karakteristik Pembelian Kompulsif

Karakteristik individu yang memiliki kecenderungan perilaku pembelian kompulsif adalah sebagai berikut:²⁴

²³ *Ibid.*, hlm. 106.

- a) Pembelian produk bukan karena nilai kegunaannya,
- b) Membeli dilakukan berulang tanpa mempertimbangkan dampak negatif seperti berkurangnya keuangan
- c) Pembelian yang tidak bertujuan dan dilakukan secara tiba-tiba, perilaku ini kurang dapat dikontrol karena dorongan psikologis, seperti dorongan kuat untuk membeli secara tiba-tiba
- d) Pembelian dilakukan karena menghilangkan kekhawatiran dan ketakutan, dan perilaku ini yang ditujukan untuk bentuk kompensasi terhadap permasalahan yang dihadapi
- e. Pembelian Kompulsif Dalam Perspektif Islam

Pembelian kompulsif merupakan salah satu bentuk pemborosan dalam menggunakan uang, karena perilaku pembelian kompulsif dapat terjadi karena adanya pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya. Perilaku pembelian kompulsif merupakan perilaku yang berlebih lebih dalam menggunakan uang karena penggunaannya tidak lagi didasarkan atas dasar kebutuhan tetapi lebih mengarah pada pemuasan diri. Perilaku tersebut dapat berdampak buruk dikemudian hari apabila perilaku ini ditekan sedini mungkin.

Dalam Islam tentu saja perilaku ini juga telah di larang oleh Allah SWT. Allah telah berfirman dalam ayatNya yang melarang manusia untuk menghindari perilaku boros, hal itu dijelaskan dalam ayat berikut:

²⁴ Effendi, U., "*Psikologi Konsumen*", (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), hlm. 80.

وَأَتِذَا الْقَرْيَ حَقَّهُ وَالْمَسْكِينِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ
 إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ

Artinya “ Dan berikanlah kepada keluarga keluarga yang dekat akan kanya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur hamburkan (hartamu) secara boros (Q.S. Al- Isra’: 26) ²⁵

“Sesungguhnya pemboros pemboros itu adalah saudara saudaranya syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (Q.S. Al- Isra’: 27)

Dan pada ayat berikut ini:

يٰۤاٰدَمُ خُذْوَ زَيْنَتَكَمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَشَرِبُوا
 وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۚ

Artinya “ Hai anak adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang orang yang berlebihan (Q.S. Al- A’raf: 31) ²⁶

Dari kedua ayat diatas terdapat kata *mubadzir*, *mubadzir* menurut istilah berarti membelanjakan harta tidak sesuai dengan hak (peruntukan) harta tersebut, sedangkan menurut bahasa berasal dari kata *badzara – tabdziran*. Makna aslinya melempar bibit. Kata ini juga dipakai untuk menyebutkan segala bentuk pemecah

²⁵ QS. Al – Isra’ (17): 26

²⁶ QS. Al – A’raf (7): 31

belahan harta dan perusakan harta, maka ia dikatakan *badzarahu* – *Al Mubadzir* artinya orang yang berlebih lebihan dalam membelanjakan harta dan Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih lebihan dalam hal berpakaian, makan, minum, dan sebagainya, karena hal tersebut dapat menyesatkan manusia kedalam keterpurukan dan akan menyesal dikemudian dan hari yang kekal hanya dihari akhirat. Kata **إِخْوَنَ الشَّيْطَانِ** yang artinya "saudara saudara syaitan" maka dari kata tersebut adalah bahwa seorang mukmin yang memiliki sikap pemboros dan suka menghambur-hamburkan hartanya kejalan yang tidak benar maka dia termasuk dalam golongan saudara syaitan. Hal tersebut sama halnya dengan orang yang berperilaku kompulsif yang suka membelanjakan uangnya untuk hal-hal yang kurang diperlukan.

Pada Q.S. Al- A'raf ayat 31 terdapat kata **وَلَا تُسْرِفُوا** yang artinya "dan janganlah berlebih lebihan". Dari kata tersebut terdapat makna bahwa Allah melarang seorang muslim untuk tidak memiliki sikap yang berlebih lebih baik dalam berpakaian, makan, minum karena Allah tidak menyukai sikap tersebut dan bahwasanya sikap tersebut hanya dimiliki oleh syaitan.

Dari ayat-ayat diatas, dapat disimpulkan bahwa Allah telah melarang pemborosan, karena pemborosan itu merupakan golongan syaitan. Selain itu perilaku kompulsif akan menjadi suatu hal yang sangat merugikan di kemudian hari jika tidak didukung dengan tingkat financial yang mencukupi. Allah juga telah memerintahkan manusia untuk bersikap sederhana dan pertengahan artinya tidak boros,

tidak berlebihan dan juga tidak pelit. Seperti firman Allah dalam ayat berikut ini:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْشُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا^{٢٧}

Artinya “ Dan orang orang yang apabila membelanjakan (harta) mereka tidak berlebihan, tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah tengah antara yang demikian” (Q.S. Al- Furqan: 67)²⁷

Dari ayat diatas, maka dapat kita pahami bahwa sebagai manusia hendaknya dapat menempatkan diri sesuai dengan porsinya, tidak berlebihan dan senantiasa hidup sederhana, tetapi tidak pula menjadikan kita seseorang yang pelit. Dalam hidup ini memang harusnya semua hal berjalan dengan seimbang.

2) *Theory Planned of Behavior*

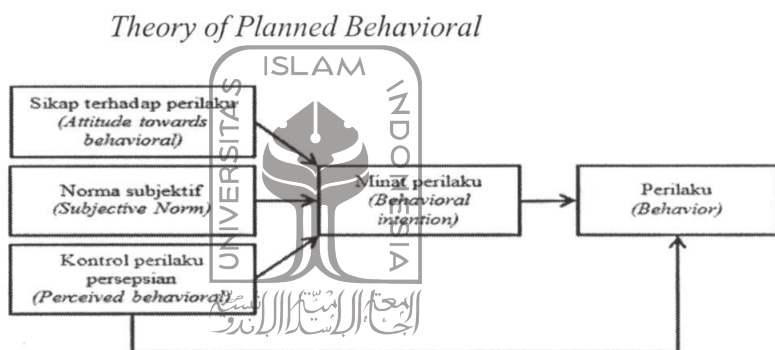
Untuk mengukur perilaku yang menggambarkan penerapan macam teori yang direncanakan adalah *Theory of Planned Behaviour*, dimana dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA) dikembangkan oleh Ajzen dan diberi nama *Theory of Planned Behaviour* (TPB). *Theory of Planned Behavior* dijelaskan sebagai konstruk yang melengkapi TRA. Menurut (Lee & Kotler), target individu memiliki kemungkinan yang besar untuk mengadopsi suatu perilaku apabila individu tersebut memiliki sikap yang positif terhadap perilaku tersebut, mendapatkan persetujuan dari individu lain yang dekat dan terkait

²⁷ (QS. Al- Furqan (25): 67)

dengan perilaku tersebut dan percaya bahwa perilaku tersebut dapat dilakukan dengan baik.²⁸

Dengan menambahkan sebuah variabel pada konstruk ini, yaitu kontrol perilaku persepsian (*Perceived behavioral control*), maka bentuk dari model teori perilaku perencanaan (*Theory of planned behaviour* atau *TPB*) tampak di gambar berikut ini.²⁹

Gambar 1



Sumber : (Asadifard, Rahman, Aziz, & Hashim, 2015)

Dari Gambar Di Atas, Teori Perilaku Rencanaan (*Theory Of Plamed Behavioral*) Dapat Memiliki 2 Fitur Yaitu :³⁰

Teori ini mengansumsi bahwa kontrol persepsi perilaku (*perceived behavioral control*) mempunyai implikasi motivasional terhadap minat. Orang – orang yang percaya bahwa mereka tidak mempunyai sumber- sumber daya yang ada atau tidak mempunyai kesempatan untuk melakukan perilaku tertentu mungkin tidak akan membentuk minat

²⁸Icek Ajzen, Artikel, “*Teori direncanakan perilaku: Reaksi dan Refleksi*”. (University of Massachusetts), hlm. 199.

²⁹*Ibid.*, hlm 199.

³⁰Fairuz, M. Fizi, dkk. *Theory of Planned Behavior (ppt)*. (Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, 2014), hlm. 90.

berperilaku yang kuat untuk melakukannya walaupun mereka mempunyai sikap yang positif terhadap perilakunya dan percaya bahwa orang lain akan menyetujui seandainya mereka melakukan perilaku tersebut.³¹

Fitur kedua adalah kemungkinan hubungan langsung antara kontrol persepsi perilaku (*perceived behavioral control*) dengan perilaku. Di banyak contoh, kinerja dari suatu perilaku tergantung tidak hanya pada motivasi untuk melakukannya tetapi juga kontrol yang cukup terhadap perilaku yang dilakukan. Dengan demikian, kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) dapat mempengaruhi perilaku secara tidak langsung lewat minat, dan juga dapat memprediksi perilaku secara langsung. Di model hubungan langsung ini ditunjukkan dengan panah yang menghubungkan kontrol persepsi perilaku (*perceived behavioral control*) langsung ke perilaku (*behavior*).³²

Dan pada penelitian ini, menggunakan fitur yang kedua, karena dengan kontrol perilaku yang cukup, persepsi kontrol perilaku masyarakat muslim dapat memprediksi perilaku pembelian kompulsif secara langsung, tanpa melalui minat. Begitu juga dalam konstruksi sikap dan norma subyektif, dapat memprediksi secara langsung kearah perilaku pembelian kompulsif. Sehingga, dalam penelitian ini, sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku bisa secara langsung memprediksi ke arah perilaku pembelian kompulsif tanpa melalui minat. Ini membuktikan bahwa pada penelitian ini menggunakan teori TPB dengan fitur yang kedua, sehingga hubungan

³¹*Ibid.*, hlm. 92.

³²*Ibid.*,

persepsi kontrol perilaku langsung ke perilaku tanpa melalui minat.

Oleh karena itu, *Theory of Planned Behavior* didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang tersedia untuknya secara sistematis. Setiap individu memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku-perilaku tertentu.³³

Yang mana dalam teori ini dijelaskan bahwa antecedent dari sikap, norma subyektif dan PBC adalah keyakinan, yang mencerminkan struktur kognitif sebagai dasarnya. Sikap muncul dari kombinasi keyakinan bahwa perilaku akan memberikan hasil tertentu dan evaluasi atas hasil tersebut (keyakinan perilaku). Hal yang sama berlaku juga untuk norma subyektif, yang memiliki antecedent keyakinan normatif dan motivasi untuk taat (*complay*). Untuk lebih memperjelas masing masing konstruk TPB, dibawah ini disajikan bahasan mengenai masing masing kontrak tersebut kemudian diikuti dengan persepsi *masalah* sebagai prediktor tambahan dalam TPB.

1) Sikap terhadap perilaku

Sikap merupakan kontruk hipotetik yang mempresentasikan kesukaan atau ketidak sukaan seseorang terhadap suatu objek. Sikap ini pada umumnya berupa pandangan positif atau negatif seseorang terhadap orang lain, tempat, benda dan lain

³³Anton Priyo Nugroho, "*Pengaruh Religiusitas dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung di Perbankan Syariah*", (Disertasi 2015), hlm. 42.

sebagainya. Sikap ini dapat berubah karena faktor pengalaman, stimulus, dan sebagainya.

Fishbein & Ajzen mengatakan bahwa sikap, secara mandiri, sangat sulit untuk dapat digunakan untuk memprediksi perilaku. Oleh karena itu, menggabungkan variabel lain dengan sikap, dapat memprediksi perilaku seseorang dengan lebih baik dibandingkan hanya dengan satu variabel saja. Oleh karena itu, sikap merupakan sesuatu yang dipelajari oleh manusia, sikap bukanlah perilaku melainkan suatu disposisi mengenai perilaku tertentu, sikap mengimplikasikan hubungan seseorang dengan obyek yang tidak bersifat netral namun berupa positif negatif, suka tidak suka, senang tidak senang dan sebagainya.³⁴

Adapun komponen-komponen sikap menurut Fishbein dan Ajzen (1975) dalam sikap yaitu:

- a) Kognitif, yaitu mencerminkan persepsi dan pemikiran mengenai objek sikap.
- b) Afektif yaitu suatu perasaan atau evaluasi terhadap objek, meliputi perasaan dan evaluasi (sikap)
- c) Konasi, yaitu intensi berperilaku yang ditampilkan objek sikap.

Menurut Ajzen, ketiga jenis dimensi sikap tersebut akan memunculkan respon yang berbeda ketika individu melakukan evaluasi terhadap obyek sikap. Menurutnya, respon terhadap sikap dapat dikategorikan kedalam dua kelompok yaitu dimensi verbal dan dimensi nonverbal.

³⁴ *Ibid.*, hlm. 44.

Tabel 2³⁵
Perbedaan Tipe Respon Sikap

Jenis Respon	Katagori Respon		
	Afektif	Kognitif	Konatif
Verbal	Ekpresi perasaan terhadap obyek sikap	Ekpresi kepercayaan terhadap obyek Sikap	Ekpresi niat berperilaku terhadap obyek sikap
Non Verbal	Respon psikologi terhadap obyek sikap	Respon persepsi terhadap obyek sikap	Lahirnya respon perilaku terhadap obyek sikap

Sumber : Anton Priyo Nugroho, 2015

Sehingga berdasarkan tabel diatas, dapat dikatakan bahwa seseorang dalam membeli secara kompulsif merupakan ekspresi positif nonverbal. Sebaliknya jika seseorang mengatakan sesuatu yang kurang enak/nyaman mengenai pembelian kompulsif, hal tersebut merupakan ekspresi perasaan negatif secara verbal.

Dalam konteks Islam, sikap dapat diartikan mempunyai sifat yang positif (baik) yaitu husnudzon dan juga sifat yang negatif (khusnudzon), dimana seseorang mempunyai pandangan positif dalam melakukan perilaku pembelian kompulsif yang dapat melahirkan manfaat atau malah sebaliknya yang melahirkan mudharat/ mafsadah. Dalam Al- Qur'an terdapat dalam QS. Al – Baqarah : 216 yaitu :

³⁵ *Ibid.*, hlm. 48.

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا
وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ
وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿٢١٦﴾

Artinya “Diwajibkan atas kamu berperang, padahal berperang itu adalah sesuatu yang kamu benci. Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.” (Q.S. Al-Baqoroh: 216)³⁶

Pengukuran sikap dalam penelitian tesis, penulis menggunakan pengukuran yang direkomendasikan dari Ajzen (dalam Anton Priyo Nugroho, 2017). Sikap terhadap perilaku yang menunjukkan tingkatan seseorang yang mempunyai evaluasi yang baik maupun yang kurang baik tentang perilaku tersebut dan juga sikap adalah perasaan senang atau tidak senang terhadap seseorang dalam melakukan perilaku pembelian kompulsif. Dalam Contoh item kuesioner, “Setelah saya membeli barang/produk tertentu, “saya merasa puas dan senang”, dan pilihan jawaban tersebut menggunakan *Continouse Rating Scale* dengan jawaban pengukuran 1 sampai 10 yaitu pilihan “tidak setuju” sampai “sangat setuju”.

2) Norma Subyektif

Variabel selanjutnya yang digunakan dalam penelitian ini yaitu norma subyektif. Variabel ini berkaitan erat langsung untuk memprediksi perilaku.

³⁶ QS. Al – Baqarah (2): 216

Ajzen mendefinisikan norma subyektif sebagai dorongan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Ajzen mengatakan bahwa dorongan sosial ini memiliki pengaruh terhadap proses pengambilan keputusan. Namun banyak penelitian membuktikan bahwa norma subyektif merupakan prediktor perilaku yang paling lemah. Hal tersebut terjadi karena ada perilaku yang utamanya didorong oleh sikap dan ada pula perilaku yang pendorong utamanya adalah norma subyektif. Namun demikian, peneliti sepakat, bahwa dorongan sosial ini berkaitan dengan perilaku. Tidak mengherankan, norma subyektif ini juga sudah sering digunakan diberbagai bidang kajian penelitian yang berkaitan dengan perilaku, seperti perilaku organisasi, ataupun pembelian.³⁷

Pengaruh dorongan sosial ini diperoleh dari keluarga maupun teman. Hal itu berarti bahwa semakin besar dorongan sosial yang diterima maka individu untuk melakukan suatu perilaku, maka semakin besar kemungkinannya individu tersebut untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Jika keluarga memandang positif perilaku tertentu, maka semakin besar kemungkinannya perilaku tersebut akan dilakukan. Sebaliknya, jika keluarga memandang negatif terhadap perilaku tertentu, maka sangat kecil kemungkinannya perilaku tersebut akan dilakukan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami, bagaimana norma subyektif memiliki peran yang signifikan dalam perilaku, terutama perilaku dalam pembelian kompulsif.³⁸ Untuk

³⁷ Anton Priyo Nugroho, "Pengaruh Religiusitas dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung di Perbankan Syariah", (Disertasi 2015), hlm 51.

³⁸ *Ibid.*, 51.

kepentingan penelitian ini, norma subyektif didefinisikan sebagai pengaruh sosial yang diterima seseorang yang mempengaruhi untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku pembelian kompulsif.

Dalam konteks Islam norma subjektif hampir mirip dengan adanya saudara, teman, sahabat atau masyarakat sekitar. Karena sahabat maupun teman mempengaruhi kehidupan seorang muslim.

Persahabatan dalam Islam merupakan hal yang penting. Bahkan seorang muslim dianjurkan untuk berhati-hati dalam memilih dengan siapa ia berteman. Dalam Al-Qur'an surat Ali Imran (3): 118 yang artinya :

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu ambil menjadi teman kepercayaanmu orang-orang yang di luar kalanganmu (karena) mereka tidak henti-hentinya (menimbulkan) kemudharatan bagimu. mereka menyukai apa yang menyusahkan kamu. telah nyata kebencian dari mulut mereka, dan apa yang disembunyikan oleh hati mereka adalah lebih besar lagi. Sungguh telah Kami terangkan kepadamu ayat-ayat (Kami), jika kamu memahaminya."

Dalam *Theory Planned Behavior*, yang diungkapkan oleh Ajzen bahwa Norma Subjektif adalah dorongan yang berasal dari keluarga, teman untuk melakukan perilaku. Dimana norma subjektif sebagai faktor sosial menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan atau perilaku.

3) Kontrol Perilaku

Schifter dan Ajzen (1985) menambahkan sebuah konstruk yang sebelumnya tidak ada di dalam TRA. Konstruk ini ditambahkan ke TPB untuk mengontrol perilaku yang dibatasi oleh keterbatasan-keterbatasan kurangnya sumber daya untuk melakukan perilaku. Konstruk yang ditambahkan tersebut adalah kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Kontrol perilaku persepsian didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku (Ajzen) 1991). Ajzen (2005) menamakan kondisi ini dengan kontrol perilaku persepsian.³⁹

Banyak faktor yang dapat mengganggu hubungan antara persepsi kontrol perilaku dan perilaku. Keberhasilan kinerja dan perilaku tergantung dari kemampuan seseorang untuk mengontrol faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku, walaupun kontrol kemauan (*volitional control*) adalah salah satu yang paling memengaruhi perilaku dibandingkan dengan faktor-faktor yang lain, keterbatasan-keterbatasan personal dan hambatan-hambatan eksternal dapat juga mengganggu kinerja dari perilaku (Ajzen 1991). Perlu diperhatikan bahwa TPB tidak secara langsung berhubungan dengan jumlah dari kontrol yang sebenarnya dimiliki seseorang, tetapi teori ini lebih mempertimbangkan pengaruh-pengaruh yang mungkin dari kontrol perilaku yang dipersepsikan

³⁹ Nadhira Afdalia, Grace T.Pontoh, dan Kartini, "Theory of Planned Behavior Dan Readiness For Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010", *JAAI*, Vol. 18, No.2, (Desember, 2014), hlm. 113.

dalam pencapaian tujuan-tujuan perilaku. Jika persepsi kontrol perilaku menunjukkan keinginan seseorang untuk mencoba perilaku tertentu, kontrol persepsian lebih kepada mempertimbangkan beberapa konstrain-konstrain yang realistis yang mungkin terjadi. Ajzen (1991) mencoba menyediakan suatu kerangka konseptual untuk membahas permasalahan dari kontrol volitional yang kurang lengkap dengan menambahkan sebuah konstruk yaitu kontrol perilaku persepsian.⁴⁰

Dalam TPB, Ajzen (2005) mengemukakan bahwa persepsi kontrol perilaku ditentukan oleh keyakinan individu mengenai ketersediaan sumberdaya berupa peralatan, kompatibilitas, kompetensi, dan kesempatan (*control belief strength*) yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan diprediksi dan besarnya peran sumber daya tersebut (*power of control factor*) dalam mewujudkan perilaku tersebut. Semakin kuat keyakinan terhadap tersedianya sumberdaya dan kesempatan yang dimiliki individu berkaitan dengan perilaku tertentu dan semakin besar peranan sumberdaya tersebut maka semakin kuat persepsi kontrol individu terhadap perilaku tersebut.⁴¹

Individu yang mempunyai persepsi kontrol tinggi akan terus terdorong dan berusaha untuk berhasil karena ia yakin dengan sumberdaya dan kesempatan yang ada, kesulitan yang dihadapinya dapat diatasi. Misalnya jika ada dua orang yang sama-sama ingin belajar menggunakan komputer,

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 114.

⁴¹ Neila Ramdhani "Penyusunan Alat Ukur Berbasis Theory of Planned Behavior", *Buletin Psikologi*, Vol. 19, No.2, (2011), hlm. 58.

walaupun keduanya mencoba dan berlatih, individu yang mempunyai kontrol perilaku tinggi tahu mengenai tindakan yang perlu diambilnya pada saat mengalami kesulitan. Ia tahu mengenai beberapa hal yang perlu dipersiapkan, kepada siapa ia meminta bantuan apabila mengalami kesulitan sehingga individu ini akan terus berusaha lebih keras. Itulah sebabnya Ajzen (2005) mengemukakan bahwa kontrol perilaku ini bersama dengan intensi erat hubungannya dengan dilakukan atau tidak dilakukannya sebuah perilaku.⁴²

3) Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Kotler mengemukakan persepsi adalah proses individu dalam memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang bermakna. Dengan kata lain pengamatan adalah reaksi terhadap suatu rangsangan dari lingkungan dan biasanya berupa benda.⁴³

Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli kedalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.⁴⁴ Persepsi juga diartikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Dalam kehidupan sehari-hari, kita akan melihat reaksi setiap orang akan berbeda sekalipun stimuli yang dihadapi adalah sama baik

⁴² *Ibid.*,

⁴³ Kotler, P., *Manajemen Pemasaran Edisi Terjemahan 12*. (Jakarta: Indeks, 1999), hlm. 215.

⁴⁴ Leon G. Schiffman Dan Leslie Lazar Kanuk, *Consume Behavior Edisi 7*, (Jakarta: PT. Indeks, 2008), hlm.137.

bentuknya, tempatnya, dan waktunya. Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen muslim, perbedaan persepsi manusia ini tidak dapat di elakkan.⁴⁵

Dari penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya.

b. Unsur Unsur Persepsi

Adapun unsur unsur/ konsep yang mendasari proses memperoleh persepsi adalah ⁴⁶

1) Sensasi

Sensasi merupakan respon yang segera dan langsung dari alat pancaindera terhadap stimuli yang sederhana (iklan, kemasan, merk). Stimulus adalah setiap unit masukan yang diterima oleh setiap indra.

2) Ambang Absolut

Ambang absolut adalah tingkat terendah dimana seseorang dapat mengalami sensasi. Titik dimana seseorang dapat mengetahui perbedaan antar ada sesuatu dan tidak ada apa apa merupakan ambang absolut orang itu terhadap stimulus tersebut.

3) Ambang Diferensial

Perbedaan minimal yang dapat dirasakan antara dua macam stimuli yang hampir serupa disebut ambang diferensial. Semakin besar stimulus pertama,

⁴⁵ Rini Elvira, *Pengaruh Persepsi.....*, hlm. 179-180.

⁴⁶ Leon G. Schiffman Dan Leslie Lazar Kanuk, *Consume Behavior.....*, hlm. 138-142.

semakin besar intensitas tambahan yang dibutuhkan supaya supaya stimulus kedua dapat dirasakan perbedaannya.

4) Persepsi Subliminal

Stimuli yang terlalu lemah atau terlalu singkat untuk terlihat atau terdengar secara sadar mungkin akan cukup kuat untuk dapat disadari oleh satu sel atau lebih penerima. Maka proses inilah yang disebut dengan persepsi subliminal.

c. Proses Persepsi

Proses persepsi mencakup seleksi, organisasi, dan interpretasi persepsi.⁴⁷

1) Seleksi Perseptual

Seleksi perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada set psikologis yang dimiliki.

2) Organisasi Perseptual

Organisasi perseptual berarti konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami secara lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu.

3) Interpretasi Perseptual

Setelah konsumen mengorganisir stimuli yang ada dan mengkaitkannya dengan informasi yang dimiliki, maka agar stimuli tersebut mempunyai makna, konsumen mengintepretasikan atau memberi stimuli tersebut.

⁴⁷ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm.102.

d. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Bimo Walgito, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah :⁴⁸

1) Objek yang dipersepsi.

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor. Namun stimulus terbesar datang dari luar individu

2) Alat indera, syaraf, dan pusat susunan syaraf.

Alat indera, syaraf dan pusat syaraf ada untuk menerima stimulus, disamping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran dan sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf motoris

3) Perhatian

Perhatian ada untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktifitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

4) Masalah

a. Pengertian Masalah

Secara etimologi, kata *masalah* berasal dari kata *al-salah* yang berarti kebaikan dan manfaat.

⁴⁸ Bimo, W. , *Pengantar Psikologi Umum*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 89.

Kata *masalah* berbentuk mufrad. Sedangkan jamaknya adalah *al-masalih*. Kata *al-maslahah* menunjukkan pengertian tentang sesuatu yang banyak kebaikan dan manfaatnya. Sedangkan lawan kata dari kata *al-maslahah* adalah kata *al-mafsadah*, yaitu sesuatu yang banyak keburukannya.⁴⁹

Secara terminologi, *masalah* dapat diartikan mengambil manfaat dan menolak *madharat* (bahaya) dalam rangka memelihara tujuan syara' (hukum Islam). Tujuan syara' yang harus dipelihara tersebut adalah memelihara agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Apabila seseorang melakukan aktivitas yang pada intinya untuk memelihara kelima aspek tujuan syara' di atas, maka dinamakan *masalah*. Disamping itu untuk menolak segala bentuk kemadharatan (bahaya) yang berkaitan dengan kelima tujuan syara' tersebut, juga dinamakan *masalah*.⁵⁰

Menurut istilah umum *masalah* adalah mendatangkan segala bentuk kemaslahatan atau menolak segala kemungkinan yang merusak. Lebih jelasnya manfaat adalah ungkapan dari sebuah kenikmatan atau segala hal yang masih berhubungan dengannya, sedangkan kerusakan adalah hal-hal yang menyakitkan atau segala sesuatu yang ada kaitan dengannya.⁵¹

Imam al-Ghazali memandang bahwa suatu kemaslahatan harus sejalan dengan tujuan syara',

⁴⁹ Abu Ishaq al- Syatibi, *Al Muwafaqat Fi Usul Al Syaria'ah*, (Beirut: Dar Al Kutub Al Ilmiyyah.), juz I, hlm. 227.

⁵⁰ Abu Hamid Muhammad Al Ghazali, *Al Mustasfa Min Ilmi Al Ushul*, (Beirut: Dar AL Kutub Al Ilmiyah, 1980). hlm. 286.

⁵¹ Rahmat Gunawijaya, "Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam", *Al-Maslahah*, Vol. 13 No. 1 (April, 2017), hlm. 139.

sekalipun bertentangan dengan tujuan-tujuan manusia, karena kemaslahatan manusia tidak selamanya didasarkan kepada kehendak syara', tetapi sering didasarkan kepada kehendak hawa nafsu. Oleh sebab itu, yang dijadikan patokan dalam menentukan kemaslahatan itu adalah kehendak dan tujuan syara', bukan kehendak dan tujuan manusia. Oleh karenanya, kemaslahatan yang dapat dijadikan pertimbangan (landasan) untuk menetapkan hukum menurut Al-Ghazali adalah.⁵²

- a) *Maslahah* itu sejalan dengan jenis tindakan-tindakan syara'.
- b) *Maslahah* itu tidak meninggalkan atau bertentangan dengan nashh syara'.
- c) *Maslahah* itu termasuk kedalam kategori *maslahah* yang dhoruri, baik yang menyangkut kemaslahatan pribadi maupun orang banyak dan universal, yaitu berlaku sama untuk semua orang.

b. Lima *Maslahah* Dasar

Dalam rangka mewujudkan kemaslahatan di dunia dan akhirat berdasarkan penelitian para ahli *ushul fiqh*, ada lima unsur pokok yaitu agama, jiwa, akal, keturunan serta harta:⁵³

- a) Memelihara Agama (*Hifzh al- Din*)

Manusia membutuhkan agama secara mutlak. Tanpa agama tidak ada gunanya hidup, bahkan agama adalah kebutuhan paling utama dari semua kebutuhan pokok. Untuk melindungi kehormatan agama, syariat

⁵² Abu Hamid Muhammad Al Ghazali, *Al Mustasfa Min*, hlm. 287.

⁵³ Agil Bahsoan, "Mashlahah Sebagai Maqashid Al Syariah", *Inovasi*, Vol. 8 No.1, hlm. 114-115

menetapkan hukuman yang berat bagi kejahatan agama. Agama menempati urutan pertama, sebab keseluruhan ajaran syariat mengarahkan manusia untuk berbuat sesuai dengan kehendak-Nya dan keridhaan Tuhan. Karena itu di dalam Al Quran & Hadits manusia didorong untuk beriman kepada Allah, dan inilah yang menjadi fondasi ekonomi Islam khususnya. Adapun hubungan ekonomi dengan aspek aqidah ini memungkinkan aktivitas ekonomi dalam Islam menjadi sebuah ibadah.

b) Memelihara Jiwa (*Hifzh al Nafs*)

Memelihara jiwa dimaksudkan untuk memelihara hak untuk hidup secara terhormat dan memelihara jiwa agar terhindar dari tindakan penganiayaan berupa pembunuhan, pemotongan anggota badan maupun tindakan melukai termasuk di dalamnya mengkonsumsi makanan-makanan yang bisa merusak tubuh atau berebih-lebihan dalam konsumsi (*israf*).

c) Memelihara akal (*Hifzh al Aql*)

Syariat memandang akal manusia sebagai karunia Allah Swt yang sangat penting. Dengan akal manusia dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Dengan adanya akal manusia ditugasi untuk beribadah kepada Allah. Orang tidak berakal tidak dibebani tugas-tugas syariat. Karena itu akal harus dipelihara dan dilindungi. Untuk itulah maka syariat mengharamkan khamar dan seluruh yang dapat membunuh kreatifitas akal dan gairah

kerja manusia. Sehingga dalam ekonomi Islam, khamar dan sejenisnya dipandang tidak punya nilai mulai dari memproduksi, mendistribusi sampai dengan mengonsumsi.

d) Memelihara Keturunan (*Hifzh al-Nasl*)

Kemaslahatan duniawi dan ukhrawi dimaksudkan Tuhan untuk berkesinambungan dari generasi satu ke generasi lainnya. Syariat yang terlaksana pada satu generasi saja tidak bermakna akibat punahnya generasi manusia. Untuk itu Islam mengatur pernikahan dan mengharamkan perzinahan, menetapkan siapa-siapa yang boleh dikawini, bagaimana tata cara perkawinan serta syarat dan rukun yang harus dipenuhi. Kesemuanya merupakan wujud melestarikan keturunan yang sehat dan bersih dalam suasana yang tenteram dan damai. Dengan demikian akan semakin banyak dan kuat serta terciptanya persatuan dan kesatuan di tengah masyarakat dimana mereka hidup. Dalam konteks ini, sanksi dera dan rajam bagi pezina serta hukuman ta'zir lainnya adalah untuk menjaga keturunan.

e) Memelihara Harta (*Hifzh al-Mal*)

Meskipun pada hakikatnya harta benda semuanya merupakan kepunyaan Allah Swt namun Islam mengakui hak pribadi seseorang. Islam mensyariatkan peraturan-peraturan mengenai muamalat seperti jual beli, sewa menyewa, pinjam meminjam, gadai dan sebagainya serta melarang penipuan dan melakukan praktek riba. Memelihara harta juga dipahami dengan

mengatur sistem muamalat atas dasar keadilan dan kerelaan, berusaha mengembangkan harta kekayaan dan menyerahkan ke tangan orang yang mampu menjaga dengan baik. Sebab harta yang berada di tangan perorangan menjadi kekuatan bagi umat secara keseluruhan asalkan disalurkan dengan baik.

c. Tingkatan *Maslahah*

Dalam Islam tujuan konsumsi adalah memaksimalkan *maslahah*. Syatibi mengatakan bahwa istilah *maslahah* maknanya lebih luas dari sekedar pemenuhan kebutuhan atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.⁵⁴ Secara rasionalpun seseorang tidak pernah mengkonsumsi suatu barang manakala dia tidak membutuhkannya sekaligus mendapatkan manfaat darinya.⁵⁵

Kebutuhan adalah senilai dengan keinginan. Dimana keinginan ditentukan oleh konsep kepuasan. Dalam perspektif Islam kebutuhan ditentukan oleh konsep *maslahah*. Imam Ghazali juga menyebutkan bahwa *maqashid syariah* yang menitikberatkan pada aspek *maslahah* terbagi menjadi tiga kategori yaitu *dharuriyyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyyat*. Beliau juga membagi *maqashid syariah* menjadi lima hal pokok yaitu penjagaan terhadap agama, jiwa, akal,

⁵⁴ Abu Ishaq al- Syatibi, *Al Muwafaqat Fi Usul Al Syaria'ah*, hlm. 228.

⁵⁵ Abdur Rahim, "Ekonomi Islam Perspektif Muhammad saw.", (Jember: Stain Jember: Press, 2013), hlm. 95.

keturunan dan harta. Tetapi kelima *maqashid syariah* ini harus berada di bawah naungan *dharuriyyat*.⁵⁶

Adapun, tiga tingkatan *masalahah* yaitu:⁵⁷

1. Dharuriyat adalah segala hal yang bersifat esensial bagi kehidupan manusia.
2. Hajiyat adalah segala kebutuhan primer manusia dalam hidupnya sedangkan
3. Tahsiniyat adalah suatu kebutuhan hidup yang sifatnya menyempurnakan kehidupan manusia.

Tingkatan *masalahah* tersebut dapat digambarkan dalam gambar sebagai jenjang kebutuhan manusia.

d. Konsep *Maslahah* Dalam Persepsi Konsumen Muslim

Ada dua bentuk konsep berfikir konsumen muslim yang hadir dalam dunia ekonomi hingga saat ini. Konsep *pertama* adalah *utility*, hadir dalam ilmu

konvensional. Konsep *utility* diartikan sebagai konsep kepuasan konsumen dalam konsumsi barang atau jasa. Konsep *kedua* adalah *masalahah* diartikan sebagai konsep pemetaan perilaku konsumen berdasarkan kebutuhan dan prioritas, dia sangat berbeda dengan *utility* yang pemetaan majemuknya tidak terbatas. Dua konsep ini berbeda karena dibentuk oleh masing-masing epistemologi yang berbeda pula. *Utility* yang memiliki karakteristik kebebasan lahir dari epistemologi Smithian yang mengatakan bahwa motivasi *masalahah* serupa dengan Smithian untuk mencapai kebebasan alamiah.

⁵⁶ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004), hlm. 152.

⁵⁷ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006), hlm. 97.

Namun dalam Islam, aktualisasi diri dan peranan manusia dalam mencapai kebebasan alamiah tidak sepenuhnya dikendalikan oleh hukum rasio manusia, melainkan dikendalikan oleh risalah agama. Sikap hemat, membatasi diri pada barang halal dan prioritas terhadap kebutuhan pokok tidak ditemukan dalam konsep utility melainkan hanya dalam *masalahah*. Ini menunjukkan bahwa tampak sulit mencari titik temu kedua konsep tersebut. Perbedaan itu dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Konsep utility membentuk persepsi kepuasan materialistis sedangkan *masalahah* membentuk persepsi kebutuhan manusia.
- 2) Konsep utility mempengaruhi persepsi keinginan konsumen sedangkan *masalahah* membentuk persepsi penolakan terhadap kemudharatan.
- 3) Konsep utility mencerminkan peranan selft interest sedangkan *masalahah* memanifestasikan persepsi individu tentang upaya setiap pergerakan amalnya mardhatillah
- 4) Konsep utility persepsi tentang keinginan memiliki tujuan untuk mencapai kepuasan materialistis sedangkan *masalahah* upaya mardhatillah mendorong terbentuknya persepsi kebutuhan Islami.
- 5) **Persepsi Masalahah**

Persepsi konsumen muslim didefinisikan sebagai pandangan konsumen muslim mengenai realitas yang sifatnya subjektif. Setiap konsumen muslim memiliki karakteristik yang berbeda sehingga perbedaan persepsi tidak dapat dihindari. Namun bukan berarti persepsi tidak memiliki rambu-rambu. Agar persepsi dapat terkendali maka diperlukan rambu-rambu syariah yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah yang membangun konsep *masalahah*.⁵⁸

⁵⁸ *Ibid.*, hlm. 93.

Teori *masalah* pada dasarnya merupakan integrasi dari fikir dan zikir. Dia menggambarkan motif kesederhanaan individu pada setiap bentuk keputusan konsumen, *masalah* bertujuan melahirkan manfaat dan berkah, sehingga persepsi konsumen muslim tentang masalah yang ditentukan adalah ⁵⁹

- 1) Konsumsi sesuai kebutuhan yaitu konsumsi yang mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan. Konsep *masalah* tidak selaras dengan kemudharatan sehingga melahirkan
- 2) Persepsi menolak kemudharatan yaitu menolak komoditas haram, mengabaikan kepentingan orang lain, dan membahayakan diri sendiri. Konsep *masalah* mendorong sikap yang lebih mengutamakan aspek manfaat dibandingkan aspek kesenangan, sehingga melahirkan
- 3) Persepsi *mardhatillah*

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan atau kesimpulan yang bersifat sementara tentang adanya hubungan atau pengaruh antar variabel, dan dibuktikan setelah penelitian diselesaikan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ardinia Triwidyastika (2012) persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat pada belanja online. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ibna Kamelia F.A (2016), bahwa hasil hipotesis yaitu variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen terhadap niat pembelian ulang online, sehingga korelasi antara kedua variabel tersebut sangat kuat. Sikap terhadap belanja online disini, didefinisikan sebagai perasaan konsumen yang terkait dengan positif atau negatif perilaku mereka dalam

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 93.

menilai kegiatan belanja secara online Dimana semakin tinggi persepsi manfaat, maka semakin baik sikap terhadap belanja online begitu juga sebaliknya, semakin rendah persepsi manfaat, semakin rendah pula sikap terhadap belanja online.

Hipotesis ini juga didukung oleh penelitian Iwan Sidharta, dan Rahmawati Sidh (2014) yang dari hasil penelitiannya mengatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa STMIK untuk melakukan pembelian online shopping pada *e-commerce*. Hasil penelitian ini didukung juga oleh penelitian Venkatesh (1999) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa untuk melakukan pembelian online shopping pada *e-commerce*.

Adapun apa saja yang mengandung manfaat di dalamnya baik untuk memperoleh kemanfaatan, kebaikan, maupun untuk menolak kemudharatan, maka semua itu disebut dengan *masalah*. maka dari itu, dari pemaparan diatas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Persepsi Masalah Berpengaruh Positif Terhadap Sikap

Kaidah kedua berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anna Elrika Christin Wiyana dan Edwin Japarianto, (2014) yang hasil penelitiannya menemukan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat beli, dan variabel minat beli berpengaruh terhadap perilaku pembelian minat beli, dan variabel minat beli berpengaruh terhadap perilaku pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen dalam hal pembelian barang/produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain juga dilakukan oleh Achmad Slamet (2002), yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa sikap berpengaruh signifikan dan positif terhadap pola perilaku pembelian. Ini berarti ada korelasi antara sikap dengan perilaku pembelian, dimana hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa

semakin positif sikap konsumen mengenai strategi pemasaran pedagang eceran pasar swalayan akan mengakibatkan terjadinya keterikatan konsumen pada tempat pembelanjaan pasar swalayan semakin menguat. Begitu juga berlaku sebaliknya semakin negatif sikap konsumen mengenai strategi pemasaran pasar swalayan akan melemahkan keterikatan konsumen pada tempat pembelanjaan pasar swalayan.

Menurut Ajzen, sikap merupakan *antecedent* dari perilaku, beberapa penelitian membuktikan bagaimana sikap itu memiliki pengaruh positif terhadap intensi perilaku atau perilaku. Namun masih minim penelitian mengenai perilaku pembelian kompulsif pada konsumen muslim. Seorang konsumen muslim yang akan melakukan pembelian kompulsif, maka akan berfikir terlebih dahulu, karena memiliki konsep *masalah* sebelum melakukan aktifitas konsumsi. Maka dari itu, orang muslim yang mempunyai konsep *masalah* yang benar, akan memiliki sikap negatif terhadap pembelian kompulsif tersebut, dan menjadi tidak suka membeli secara kompulsif, begitu juga sebaliknya, orang muslim yang tidak mempertimbangkan konsep *masalah* sebelum melakukan aktifitas tersebut, maka menjadi suka dengan perilaku pembelian tersebut. Menurut TPB, seseorang akan terdorong untuk melakukan pembelian kompulsif jika tidak mempertimbangkan konsep *masalah* yang akan dilahirkan dari aktifitas konsumsi tersebut.

Oleh karena itu deskripsi diatas dapat menunjukkan bahwa sikap dapat berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif.

H2: Sikap Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif

Berdasarkan penelitian oleh Anna Elrika Christin Wiyana (2014), hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel norma subyektif berpengaruh terhadap minat beli, dan variabel minat beli berpengaruh terhadap perilaku pembelian. Hal ini didukung oleh hipotesis dari penelitian Azwar Iskandar, dan

Rahmaluddin Saragih (2018) bahwa norma subjektif para CPNS, berpengaruh signifikan terhadap niat mereka untuk melakukan *whistleblowing*. Dari sini terlihat korelasi norma subyektif terhadap perilaku kuat, dimana norma subjektif adalah pengaruh sosial yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku. Seseorang akan memiliki keinginan terhadap suatu objek atau perilaku seandainya ia terpengaruh oleh orang-orang disekitarnya untuk melakukan atau ia meyakini bahwa lingkungan atau orang-orang disekitarnya mendukung terhadap apa yang ia lakukan.

Menurut Ajzen mengatakan bahwa seseorang akan berniat melakukan suatu perilaku jika orang tersebut memperoleh dorongan dari orang-orang yang dianggap penting baginya. Dengan demikian dorongan dari lingkungan, keluarga, rekan kerja akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku pembelian kompulsif. Misalkan pola konsumsi dalam keluarga, sikap orang tua terhadap permintaan anak atas barang barang, persepsi orang tua terhadap perilaku pembelian kompulsif, maka hal ini akan mendorong untuk melakukan pembelian kompulsif. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sonny Andrianto (2014) yaitu Peran Keluarga Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Remaja dimana hipotesis yang diajukan ada hubungan antara perilaku pembelian kompulsif dan beberapa faktor dalam keluarga diterima. Semakin positif persepsi orang tua, maka perilaku pembelian kompulsif yang muncul juga semakin tinggi, demikian juga sebaliknya.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa norma subjektif dapat berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian kompulsif, oleh karena itu pada penelitian ini dihipotesiskan sebagai berikut :

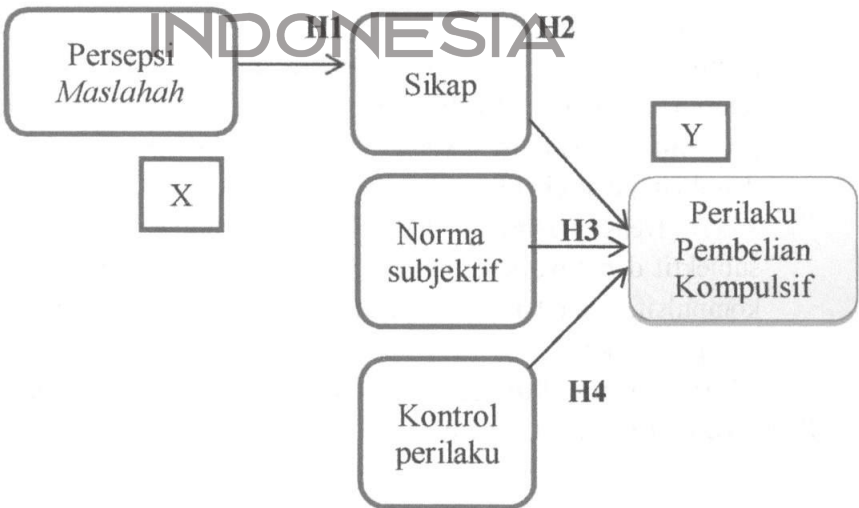
H3: Norma Subyektif Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rini Kartika Sari (2013) hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kontrol diri terhadap pembelian kompulsif, hasil yang sama juga ada pada penelitian yang dilakukan oleh Indah Pratiwi (2017) bahwa hipotesis kontrol diri berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion sebesar 1,714. Hal ini sesuai dengan teori perilaku yang menyatakan semakin kuat kontrol perilaku persepsian seseorang, maka semakin kuat seseorang tersebut melakukan perilaku. Oleh karena itu, pada penelitian ini dihipotesiskan sebagai berikut:

H4: Kontrol Perilaku Berpengaruh Postitif Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif

Sehingga secara sederhana, kerangka pemikiran dibuat dalam bentuk skema yang sederhana yang utuh menurut pokok-pokok penelitian dan hubungan antar variabel. Skema yang telah dibuat oleh peneliti, diharapkan mampu menggambarkan bahwa ini merupakan penelitian dan identifikasinya sehingga sumber data dan pengelolaannya terarah.

Gambar 2
Kerangka Konseptual



Tabel 3
Rangkuman Penelitian Yang Mendukung Hipotesis

Hipotesis	Penelitian Yang Mendukung	Hasil
Persepsi <i>Maslahah</i> → Sikap	Ardinia Triwidyastika (2012)	Berpengaruh
	Iwan Sidharta dan Rahmawati Sidh (2014)	Berpengaruh
Sikap → Perilaku Pembelian Kompulsif	Anna Elrika Christin Wiyana dan Edwin Japarianto (2014)	Berpengaruh
	Achmad Slamet (2002)	Berpengaruh
Norma Subyektif → Perilaku Pembelian Kompulsif	Anna Elrika Christin Wiyana dan Edwin Japarianto (2014)	Berpengaruh
	Sonny Andrianto (2014)	Positif dan signifikan
Kontrol Perilaku → Perilaku Pembelian Kompulsif	Rini Kartika Sari (2013)	Positif dan signifikan
	Indah Pratiwi (2017)	Positif dan signifikan

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara yang digunakan peneliti untuk menentukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan dengan menggunakan metode-metode ilmiah. Dalam penelitian ini paling tidak mencakup beberapa hal seperti jenis penelitian dan pendekatan penelitian dan lain sebagainya.

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.¹ Sedangkan hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab dan akibat² antara variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel persepsi *masalahah* (X1), sikap perilaku (X2), norma subjektif (X3), kontrol perilaku (X4), terhadap perilaku pembelian kompulsif (Y).

Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan sosiologis normatif. Pendekatan adalah cara pandang atau paradigma yang terdapat dalam suatu bidang ilmu yang selanjutnya digunakan untuk memahami studi. Sosiologi adalah ilmu yang mempelajari struktur sosial dan proses-proses sosial termasuk perubahan-perubahan sosial. Menurut khoirudin sosiologi adalah ilmu yang mempelajari hidup dalam masyarakat dan menyelidiki ikatan-ikatan antara manusia yang menguasai hidupnya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.³

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 57.

² *Ibid.*, hlm. 59.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan:*, hlm. 57.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim yang pernah melakukan pembelian berulang serta mengetahui atau pernah mendengar tentang *masalahah*

C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini melibatkan dua variabel, yang terdiri dari 4 variabel eksogen yaitu persepsi *masalahah*, sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan variabel endogen yaitu perilaku pembelian kompulsif. Definisi operasional digunakan menjadi dasar dalam pengumpulan data sehingga tidak terjadi bias terhadap data apa yang dikumpulkan. Dalam pemakaian praktis, definisi operasional dapat berperan menjadi penghilang bias dalam mengartikan suatu konsep dalam penelitian.

Persepsi Masalahah adalah pandangan subjektif konsumen muslim tentang manfaat dan beban konsumsi dalam rangka memelihara tujuan syara' yaitu agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.

Sikap adalah perasaan senang atau tidak senang untuk melakukan perilaku pembelian kompulsif. Untuk mengukur sikap peneliti menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Ajzen dan Beiginia, *et.al*.

Norma Subyektif, adalah dorongan yang berasal dari keluarga, teman untuk melakukan perilaku pembelian kompulsif pada konsumen muslim.

Kontrol Perilaku adalah teori perilaku yang menyatakan semakin kuat kontrol perilaku persepsian seseorang maka semakin kuat perilaku yang muncul dalam diri seorang muslim dalam melakukan pembelian kompulsif. **Perilaku Pembelian Kompulsif** adalah dorongan yang tidak terkendali atau dorongan yang kuat untuk melakukan pembelian yang dilakukan secara

berulang ulang atau terus menerus sebagai akibat dari adanya peristiwa yang tidak menyenangkan ataupun perasaan negatif tanpa memperdulikan konsekuensinya.

D. Populasi, Sampel dan Teknik Penentuan Sampling

Menurut Arikunto, populasi merupakan keseluruhan subjek yang akan diteliti, sedangkan sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh konsumen muslim dari kalangan mahasiswa dan mahasiswi yang mengetahui tentang *masalah* dan perilaku konsumen. Yang mana hal ini sesuai dengan kriteria tertentu untuk memperoleh data penelitian yang mencerminkan (representatif) keadaan populasi.

Penelitian dapat dilakukan dengan meneliti sebagian populasi (sampel), diharapkan hasil yang diperoleh dapat mewakili sifat atau karakteristik populasi yang bersangkutan. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Non probability Sampling* dengan cara *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa representatif. Ketentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menerapkan *simple random sampling* oleh karenanya adanya batasan atau kriteria maka peneliti menentukan jumlah sampel yang dijadikan subjek penelitian dengan menentukan kriteria dengan populasi 200 responden.⁴ Dengan penentuan sampel ini didasarkan pada ciri ciri sebagai berikut:

1. Masyarakat Muslim
2. Masyarakat yang pernah melakukan pembelian barang
3. Masyarakat yang pernah mendengar atau belajar tentang *masalah*

⁴ Ujang Sumarwan, dkk., "Riset Pemasaran Dan Konsumen". (Bogor: CV. IPB Press, 2011), hlm. 93.

E. Instrumen Penelitian

Setiap penelitian melibatkan pengumpulan data untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian tersebut. Umumnya peneliti menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data penelitian.

Menurut Darmadi bahwa definisi instrumen adalah sebagai alat untuk mengukur informasi atau melakukan pengukuran. Kemudian instrumen pengumpul data menurut Suryabrata adalah alat yang digunakan untuk merekam pada umumnya secara kuantitatif keadaan dan aktifitas atribut-atribut psikologis. Atribut-atribut psikologis itu secara teknis biasanya digolongkan menjadi atribut kognitif dan atribut non kognitif. Sumadi mengemukakan bahwa untuk atribut kognitif, perangsangnya adalah pertanyaan. Sedangkan untuk atribut non kognitif, perangsangnya adalah pernyataan.

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data penelitian, sebagai langkah untuk menemukan hasil atau kesimpulan dari penelitian dengan tidak meninggalkan kriteria pembuatan instrumen yang baik.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa:

a. Angket

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah metode angket atau kuisioner terstruktur. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵

⁵ Sugiyono. "Statistika untuk Penelitian". (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), hlm.119.

Tabel 4
Kisi kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Rujukan	Item
	Persepsi Masalah	a. Persepsi kebutuhan yaitu mengkonsumsi yang mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan b. Persepsi menolak kemudharatan c. Persepsi Mardhatillah	Muhammad Muflih, 2006	1,2 3 4
	Sikap	<i>Direct measurement</i> المعنى المستنبط	Ajzen,1991(dalam Anton Priyo N)	1-3
	Norma subjektif	<i>Direct measurement</i>	Ajzen,1991(dalam Anton Priyo N)	1-3
	Kontrol perilaku	<i>Direct measurement</i>	Ajzen,1991 (dalam Neila R)	1-3
	Perilaku Pembelian Kompulsif	a. Kecenderungan untuk mengeluarkan uang (<i>Tendency to Spend</i>) b. Kompulsif/ dorongan untuk mengeluarkan (<i>Compulsion/ Drive to Spend</i>) c. Perasaan bahagia ketika melakukan aktifitas berbelanja (<i>Feelings joy about shopping and spending</i>) d. Pengeluaran uang	Elizabeth Edward, 1993 (dalam Fenny F.)	1 2 3 4

		yang tidak berfungsi semestinya(<i>Dysfunctional Spending</i>) e. Perasaan menyesal setelah berbelanja (<i>Post Purchase Guilt</i>)	5
--	--	--	---

Adapun alam mengukur variabel variabel yang digunakan dengan menggunakan *Continuous rate scale*. *Continuous rate scale* yaitu skala kuantitatif dan termasuk skala rasio, karena termasuk skala rasio (angka) maka seluruh operasi aritmatika bisa dilakukan tanpa kendala,⁶ termasuk ketika peneliti menggunakan analisis PLS. *Continuous rate scale* merupakan skala dengan dua alternatif jawaban yang saling bertolak belakang bipolar, seperti tidak yakin dengan sangat yakin, tidak setuju dengan tidak setuju. Skala bipolar sangat tepat digunakan dalam penelitian sifat dan perilaku.⁷ *Continuous rate scale* memiliki nilai jawaban dari angka 1 sampai 10, seperti pada umumnya responden diminta untuk menyilang atau mencoret angka yang dianggap perwakilan dari jawaban, seperti contoh dibawah ini:

Tabel 5
Contoh Kuesioner *Continouse Rating Scale*

No	Item	Jawaban
1	Ketika saya memiliki uang, saya terpaksa membelanjakannya sebagian atau semua dari uang saya	<div>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</div> <div>←————→</div> <div>Tidak Setuju Sangat Setuju</div>

⁶ Anton Priyo Nugroho, “Pengaruh Religiusitas dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung di Perbankan Syariah”, (Disertasi 2015), hlm. 152.
⁷ *Ibid.*, hlm. 153.

b. Studi Pustaka

Kegiatan ini dilakukan penulis dalam rangka pengumpulan bahan penelitian dengan menggunakan studi pustaka. Studi pustaka merupakan suatu studi dokumentasi dilakukan dengan cara menelaah dari buku-buku, jurnal, majalah, disertasi, surat kabar, penelusuran internet serta literature yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti oleh penulis.

F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penelitian ini uji validitas alat ukur yang akan dipakai menggunakan teknik *product moment*. Hasil penelitian yang valid terjadi apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas berarti instrumen yang dipilih dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid berarti instrumen yang dipilih dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jika r hasil $>$ dari r tabel maka dikatakan valid dan jika r hasil $<$ dari r tabel maka dikatakan tidak valid.

Tingkat validitas dilihat dengan mengkonsultasikan label *product moment pearson* berdasarkan taraf signifikansi 5% dengan $N = 30$ dan df (*degree of freedom*) = $N-2$ atau dalam kasus ini $df = 30-2 = 28$, maka didapatkan angka r tabel = 0,361. Untuk mengukur validitas kuisioner diambil sampel yang dianggap mewakili keseluruhan responden dengan menggunakan teknik *korelasi product moment*:⁸

⁸Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia dan Organisasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 195.

$$r = \frac{n (\sum [x \cdot y] - (\sum x \cdot \sum y))}{\sqrt{([n \sum x^2] - ([\sum x]^2) [n \sum y^2 - (\sum y)^2])}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi *product moment*

n = Banyaknya Sampel

x = Nilai dari Item

y = Nilai dari total item

Dengan *level of significance* atau $\alpha = 0,1$ dengan derajat kebebasan ($n-2$) dan n adalah jumlah sampel penelitian, maka dapat dicari r tabel. Kriteria pengujian validitas:⁹

$r_{hitung} \geq r_{tabel}$, berarti kuesioner dikatakan valid

$r_{hitung} \leq r_{tabel}$, berarti kuesioner dikatakan tidak valid.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari seluruh variabel yang menjadi indikator dari variabel persepsi masalah:

Tabel 6

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Masalah

Pertanyaan	N	r tabel	r hitung	Keterangan
Pertanyaan 1	30	0,361	0,684	Valid
Pertanyaan 2	30	0,361	0,533	Valid
Pertanyaan 3	30	0,361	0,690	Valid
Pertanyaan 4	30	0,361	0,771	Valid

Sumber: Output SPSS 22.0

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai r hitung dari seluruh butir pertanyaan pada variabel sikap lebih besar nilai r table (r -hitung > r -tabel). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel persepsi masalah adalah valid.

⁹S. Santoso dan F. Tjiptono, *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 24.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari seluruh variabel yang menjadi indikator dari variabel perilaku sikap:

Tabel 7

Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Sikap

Pertanyaan	N	r table	r hitung	Keterangan
Pertanyaan 1	30	0,361	0,656	Valid
Pertanyaan 2	30	0,361	0,713	Valid
Pertanyaan 3	30	0,361	0,712	Valid

Sumber: Output SPSS 22.0

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai r hitung dari seluruh butir pertanyaan pada variabel sikap lebih besar nilai r table (r-hitung > r-tabel). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel sikap adalah valid.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari seluruh variabel yang menjadi indikator dari variabel norma subyektif:

Tabel 8

Hasil Uji Validitas Variabel Norma Subyektif

Pertanyaan	N	r table	r hitung	Keterangan
Pertanyaan 1	30	0,361	0,925	Valid
Pertanyaan 2	30	0,361	0,979	Valid
Pertanyaan 3	30	0,361	0,938	Valid

Sumber: Output SPSS 22.0

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai r hitung dari seluruh butir pertanyaan pada variabel sikap lebih besar nilai r table (r-hitung > r-tabel). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel norma subyektif adalah valid.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari seluruh variabel yang menjadi indikator dari variabel kontrol perilaku:

Tabel 9
Hasil Uji Validitas Variabel Kontrol Perilaku

Pertanyaan	N	r table	r hitung	Keterangan
Pertanyaan 1	30	0,361	0,840	Valid
Pertanyaan 2	30	0,361	0,503	Valid
Pertanyaan 3	30	0,361	0,805	Valid

Sumber: Output SPSS 22.0

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai r hitung dari seluruh butir pertanyaan pada variabel sikap lebih besar nilai r table ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel kontrol perilaku adalah valid.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari seluruh variabel yang menjadi indikator dari variabel perilaku pembelian kompulsif:

Tabel 10
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Pembelian Kompulsif

Pertanyaan	N	r table	r hitung	Keterangan
Pertanyaan 1	30	0,361	0,707	Valid
Pertanyaan 2	30	0,361	0,884	Valid
Pertanyaan 3	30	0,361	0,813	Valid
Pertanyaan 4	30	0,361	0,851	Valid
Pertanyaan 5	30	0,361	0,563	Valid

Sumber: Output SPSS 22.0

Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai r hitung dari seluruh butir pertanyaan pada variabel sikap lebih besar nilai r table ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$). Dengan demikian dapat dikatakan

bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel perilaku pembelian kompulsif adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian kestabilan alat ukur atau tingkat konsistensi hasil pengukuran dan mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang sama bila dilakukan pengukuran kembali pada objek yang sama. Bila suatu pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel.¹⁰

Setelah kuesioner dibuat, kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha = 0,60 maka reliabel. Dengan rumus sebagai berikut:¹¹

$$r = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \alpha^2 \cdot b}{\alpha^2 t} \right]$$

Keterangan :

r = koefisien reliability instrument (cronbach alfa)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\alpha^2 t$ = Total Varians

$\sum \alpha^2 \cdot b$
= Total Varians Butir

Berdasarkan pada uji reliabilitas, diketahui hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

¹⁰Saifudin Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), hlm. 61.

¹¹V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, hlm. 110.

Tabel 11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Ketentuan Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Status
Persepsi Masalah	30	0,791	0,600	Reliabel
Sikap	30	0,772	0,600	Reliabel
Norma Subjektif	30	0,972	0,600	Reliabel
Kontrol Perilaku	30	0,795	0,600	Reliabel
Perilaku Pembelian Kompulsif	30	0,890	0,600	Reliabel

Sumber: Output SPSS 22.0

Tabel 11 menunjukkan hasil uji reliabilitas semua variabel independen angka 0,600. Dengan hasil nilai *cronbach alpha* > ketentuan nilai *cronbach alpha* Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan telah memenuhi syarat reliabilitas atau dengan kata lain bahwa tingkat reliabilitas angket ini reliabel sebagai instrumen penelitian.

G. Teknik Analisis Data

1. *Partial Least Square* (PLS)

Pada penelitian ini alat yang digunakan untuk analisis data adalah *partial least square* (PLS). PLS adalah teknik statistika multivariate yang melakukan perbandingan antara variabel dependen dan variabel independen. PLS adalah salah satu metode sistematika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang (*missing value*) dan multilinearitas.¹² PLS juga dapat digunakan untuk

¹² Jogiyanto, Willy Abdillah., Konsep Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris, (Yogyakarta: BPFE, 2014), hlm. 11.

menjelaskan ada tidaknya hubungan antara variable laten (*prediction*).

Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model*.¹³ Di dalam PLS dikenal dengan dua macam evaluasi model, yaitu pengukuran *outer model* dan pengukuran *inner model*. *Outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reabilitas model. *Outer model* dengan indikator refleksi dievaluasi melalui validitas *convergent* dan *discriminant* dari indikator pembentukan konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya. Sedangkan *inner model* dilakukan untuk memprediksikan hubungan antara variable laten. *Inner model* dievaluasi dengan melihat besarnya presentase *variance* yang dijelaskan yaitu dengan melihat nilai R-Square untuk konstruk laten endogen, Stone-Geisser (1975) dalam Ghazali (2015).¹⁴

2. Pengukuran *Outer Model*

Dalam pengukuran *outer model* dengan cara menguji validitas *convergent* dan *discriminant*. Validitas *convergent* berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran-pengukuran (manifest variabel) dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas *convergent* dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Rule of thumb yang biasanya digunakan untuk menilai validitas *convergent* yaitu nilai *loading factor* >0.70 .

Validitas *discriminant* berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran-pengukuran konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Cara untuk menguji validitas *discriminant* dengan indikator refleksi yaitu dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus >0.70 .

¹³ *Ibid.*, hlm. 57.

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 62.

Selain uji validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksi dapat dilakukan dengan menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability*, *rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu nilai *composite reliability* > 0.70 , meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima Hair et al. dalam Jogiyanto.¹⁵

Tabel 12
Parameter Uji Validitas dalam Model PLS

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Konvergen	Loading Factor	$> 0,7$
	AVE	$> 0,5$
	Communality	$> 0,5$
Diskriminan	Akar AVE dan korelasi variabel laten Cross Loading	Akar AVE $>$ korelasi variabel laten Lebih dari 0,7 dalam satu variabel

3. Pengukuran Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 untuk konstruk dependen, nilai koefisien path atau t-values tiap path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model structural. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel independen. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dan model penelitian yang diajukan.¹⁶ Sebagai contoh jika nilai R^2 sebesar 0,7 artinya variasi perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 70%, sedangkan

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 62.

¹⁶ *Ibid.*,

sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diajukan. Sedangkan menurut Ghazali dalam menilai *inner model* dengan PLS, dengan melihat nilai R-Squares untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural (*inner model*). Perubahan nilai R-Squares dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantive. *Rule of thumb R-Squares* yang digunakan adalah sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 menunjukkan model kuat, moderate dan lemah Chin dalam Ghazali.¹⁷



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

¹⁷ Ghazali, *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0* (Semarang: Universitas Diponegoro Semarang), hlm. 70

BAB IV

HASIL DAN ANALISA PENELITIAN

A. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim yang pernah melakukan pembelian berulang serta pernah belajar atau mendengar tentang *masalahah*. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui proses penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilaksanakan pada tanggal 8 Desember 2018 – 18 Desember 2018 melalui goggle form yang kami sebarakan kepada masyarakat muslim.

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 200 responden. Dengan metode *Purposive Sampling*. Dalam analisis responden berikut ini, disajikan dan dijelaskan beberapa kondisi demografi responden yang meliputi jumlah populasi dan tingkat pengembalian kuesioner, usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan agama. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat diketahui jumlah sampel yang digunakan dan kembali sebagai berikut :

Tabel 13
Hasil Penyebaran Kuisisioner

Keterangan	Jumlah
Total Penyebaran	200 Kuisisioner
Total Pengambilan	200 Kuisisioner
Presentase Tingkat Pengambilan	100 %
Jumlah Responden	200
Kuesioner yang diolah	200

Sumber: Data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwasanya, repsonden dalam penelitian ini sebanyak 200 responden serta jumlah penyebaran kuisisioner sebanyak 200 kuisisioner, dan kembali untuk dapat diolah juga sejumlah 200 kuisisioner.

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh persepsi *masalah* terhadap perilaku pembelian yang dilakukan secara kompulsif serta mengetahui apakah dalam pembelian kompulsif yang dilakukan konsumen muslim dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku.

a Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data dibawah ini untuk mengetahui proporsi jenis kelamin masyarakat muslim yang menjadi responden dalam penelitian ini, yang berdasarkan hasil pengembalian kuisioner ini yang akan disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 14
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	Laki Laki	58	29%
2	Perempuan	142	71%

Sumber: Data primer diolah 2018

b Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik selanjutnya adalah berdasarkan rentang usia. Data ini digunakan untuk mengetahui usia para masyarakat muslim yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini. Berikut tabel pemaparan responden berdasarkan usia

Tabel 15
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 Tahun	9	4,5 %
2	21 – 30 Tahun	130	65 %
3	31 – 40 Tahun	54	27 %
4	41 – 50 Tahun	7	3,5 %
Total		200	100 %

Sumber: Data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel 15 diatas dapat diketahui bahwa sebagian masyarakat muslim yang diambil untuk penelitian ini berusia 21 – 30 tahun sebesar 65 %.

c Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data ini diperlukan guna mengetahui jenjang pendidikan para masyarakat muslim yang menjadi sasaran dalam penelitian ini. Distribusi responden berdasarkan jenjang pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 16
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SMP/ SMA Sederajat	38	19%
2	Strata 1 (S1)	126	63%
3	Strata 2 (S2)	36	18%
Total		200	100%

Sumber: Data primer diolah 2018

Berdasarkan keterangan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar jenjang pendidikan yang

ditempuh oleh masyarakat muslim adalah Strata 1 (S1) sebanyak 63% sebanyak 126 orang muslim/ah.

d Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data ini diperlukan guna mengetahui pekerjaan masyarakat muslim yang menjadi sasaran dalam penelitian ini. Adapun data pekerjaan masyarakat muslim ada pada tabel berikut ini:

Tabel 17

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Karyawan	63	31,5%
2	Mahasiswa/i	37	18,5%
3	Pegawai Negeri (PNS)	9	4,5%
4	Wirasaha	36	18 %
5	Karyawan Swasta	56	28 %
Total		200	100%

Sumber: Data primer diolah 2018

Berdasarkan keterangan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar pekerjaan masyarakat muslim dalam penelitian ini adalah karyawan swasta 49,5% yaitu 118 orang.

e Karakteristik Responden Dalam Pembelian Barang Tanpa Perencanaan Terlebih Dahulu

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dari hasil penyebaran angket pembelian barang tanpa perencanaan terlebih dahulu yang dilakukan responden sebagai berikut lihat tabel 18 dibawah ini:

Tabel 18
Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian
Barang tanpa perencanaan terlebih dahulu

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Pernah	175	87,5%
2	Tidak Pernah	25	12,5%
Total		200	100%

Sumber: Data primer diolah 2018

Pada tabel 12 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini memiliki hasil responden dengan tanggapan pernah untuk membeli barang tanpa perencanaan terlebih dahulu yaitu 87,5% sebanyak 175 orang dan tidak pernah 12,5% yaitu 25 orang.

- f Karakteristik Responden Dalam Pembelian Barang Secara Berulang Ulang Tanpa Memperdulikan Konsekuensinya?

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dari hasil penyebaran angket pembelian barang secara berulang ulang tanpa memperdulikan konsekuensi yang dilakukan responden sebagai berikut lihat tabel 19 dibawah ini.

Tabel 19
Karakteristik Responden Berdasarkan
Pembelian Barang Secara Berulang Ulang Tanpa
Memperdulikan Konsekuensinya

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Pernah	73	36,5%
2	Tidak Pernah	127	63,5%
Total		200	100%

Sumber: Data primer diolah 2018

Pada tabel 19 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini memiliki hasil responden dengan tanggapan pernah untuk membeli barang secara berulang tanpa memperdulikan konsekuensinya yaitu 36,5% sebanyak 73 orang dan tidak pernah 63,5% yaitu 127 orang.

g Karakteristik Responden Dalam Mudahnya Tertarik Dengan Suatu Iklan Yang Belum Jelas Kegunaannya

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dari hasil penyebaran angket dalam mudahnya tertarik dengan suatu iklan yang belum jelas kegunaannya yang dilakukan responden sebagai berikut lihat tabel 20 dibawah ini:



Tabel 20

Karakteristik Responden Berdasarkan Mudahnya Tertarik Dengan Suatu Iklan Yang Belum Jelas Kegunaannya

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Ya	40	20%
2	Tidak	160	80%
	Total	200	100%

Sumber: Data primer diolah 2018

Pada tabel 20 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini memiliki hasil responden dengan tanggapan mudah tertarik dengan suatu iklan yang belum jelas kegunaannyayaitu 20% sebanyak 40 orang dan tidak mudah tertarik 80% yaitu 160 orang.

2. Teknik Deskriptif Variabel

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh juga data mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun data selengkapnya adalah sebagai berikut:

Tabel 21
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Standar Deviasi
Persepsi Masalah	200	19	40	34,58	36	4,940
Sikap	200	2	20	6,93	6	4,105
Norma Subyektif	200	3	30	10,35	9	6,402
Kontrol Perilaku	200	1	10	3,37	3	2,334
Perilaku Pembelian Kompulsif	200	5	50	21,59	21	9,639

Sumber: Data Primer Pengolahan dengan SPSS 2018

Berdasarkan data tersebut dapat ditunjukkan bahwa variabel persepsi *masalah* mempunyai kisaran teoritis antara 19 sampai dengan 40 dengan nilai rata rata sebesar 34,58 dan standar deviasi 4,940. Dengan nilai rata rata sebesar 34,58 yang mendekati nilai median (36), dapat dikatakan bahwa secara umum masyarakat muslim cukup menunjukkan persepsi *masalah* yang baik. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 4,940 dari nilai rata rata jawaban responden atas pernyataan tentang persepsi *masalah* yang besarnya 34,58.

Variabel sikap mempunyai kisaran teoritis antara 2 sampai dengan 20 dengan nilai rata rata sebesar 6,93 dan standar deviasi 4,105. Dengan nilai rata rata sebesar 6,93

yang lebih besar dari nilai median (6), dapat dikatakan bahwa masyarakat muslim mempunyai sikap yang tinggi terhadap perilaku pembelian kompulsif. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 4,105 dari nilai rata rata jawaban responden atas pernyataan tentang sikap yang besarnya 6,93.

Variabel norma subyektif mempunyai kisaran teoritis antara 3 sampai dengan 30 dengan nilai rata rata sebesar 10,35 dan standar deviasi 6,402. Dengan nilai rata rata sebesar 10,35 yang lebih besar dari nilai median (9), dapat dikatakan norma subyektif yang dimiliki masyarakat muslim terhadap perilaku pembelian kompulsif tinggi. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 5,441 dari nilai rata rata jawaban responden atas pernyataan tentang norma subyektif yang besarnya 10,35.

Variabel kontrol perilaku mempunyai kisaran teoritis antara 1 sampai dengan 10 dengan nilai rata rata sebesar 3,37 dan standar deviasi 4,967. Dengan nilai rata rata sebesar 3,37 yang lebih besar dari nilai median (3), dapat dikatakan bahwa kontrol perilaku yang dimiliki masyarakat muslim terhadap pembelian kompulsif tinggi. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 2,334 dari nilai rata rata jawaban responden atas pernyataan tentang norma subyektif yang besarnya 3,37.

Variabel perilaku pembelian kompulsif mempunyai kisaran teoritis antara 5 sampai dengan 50 dengan nilai rata rata sebesar 21,59 dan standar deviasi 9,639. Dengan nilai rata rata sebesar 21,59 yang lebih besar dari nilai median (21), dapat dikatakan bahwa perilaku pembelian kompulsif yang dilakukan masyarakat muslim tinggi. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 9,639 dari nilai rata rata jawaban responden atas pernyataan tentang norma subyektif yang besarnya 21,59.

B. Analisa Data

Alat yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data adalah Smart PLS3 (*Partial Least Square*). PLS dikenal dengan dua evaluasi model yaitu evaluasi outer model dan evaluasi inner model. Analisis data yang diolah dalam penelitian ini berdasarkan dari data yang didapat melalui 200 responden yaitu masyarakat muslim, yang mana analisis data tersebut dapat dilihat dibawah ini:

1. Evaluasi Measurement (*Outer Model*)

a) Uji Validitas Konvergen

Dalam penelitian ini uji validitas akan menggunakan metode convergent validity dan discriminant validity yang diolah dengan alat bantu yaitu SmartPLS 3.0. Langkah pertama yang dilakukan dalam tahap ini adalah memasukkan data mentah dengan format excel SCV *comma delimited*, barulah data tersebut dapat diolah menggunakan SmartPLS.

Uji validitas konvergen dilihat dari skor AVE (*average variance extracted*) dan communality yang masing masing harus bernilai diatas 0,5. Sebelum kita menguji nilai AVE dan *communality*, terlebih dahulu harus melihat skor loading dari setiap indikator, yang mana nilai skor loading $> 0,7$,¹ dan apabila terdapat indikator yang memiliki nilai skor loading $< 0,7$ maka indikator ini dapat dihapus dari konstruknya (variabel). Hasil dari skor loading setiap indikator terhadap konstruknya dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

¹ Jogiyanto, Willy Abdillah., Konsep Aplikasi PLS (*Partial Least Square*) Untuk Penelitian Empiris, (Yogyakarta:BPFE, 2014), hlm. 79.

Tabel 22
Skor Loading Konstruk Persepsi Masalah

Indikator PM	Nilai Skor Loading	Keterangan
PM1	0,782	Valid
PM2	0,755	Valid
PM3	0,827	Valid
PM4	0,707	Valid

Sumber : Data Primer Pengolahan dengan PLS 2019

Tabel 23
Skor Loading Konstruk Sikap

Indikator SKP	Nilai Skor Loading	Keterangan
SKP1	0,878	Valid
SKP2	0,405	Tidak Valid
SKP3	0,841	Valid

Sumber : Data Primer Pengolahan dengan PLS 2019

Tabel 24
Skor Loading Konstruk Norma Subyektif

Indikator NS	Nilai Skor Loading	Keterangan
NS1	0,901	Valid
NS2	0,913	Valid
NS3	0,901	Valid

Sumber : Data Primer Pengolahan dengan PLS 2019

Tabel 25
Skor Loading Konstruk Kontrol Perilaku

Indikator KP	Nilai Skor Loading	Keterangan
KP1	0,863	Valid
KP2	-0,301	Tidak Valid
KP3	-0,383	Tidak Valid

Sumber : Data Primer Pengolahan dengan PLS 2019

Tabel 26
Skor Loading Konstruk Perilaku Pembelian Kompulsif

Indikator PPP	Nilai Skor Loading	Keterangan
PPP1	0,727	Valid
PPP2	0,784	Valid
PPP3	0,749	Valid
PPP4	0,803	Valid
PPP5	0,727	Valid

Sumber : Data Primer Pengolahan dengan PLS 2019

Tabel 27
AVE dan *Communality*

Konstruk	Nilai AVE	<i>Communality</i>
Persepsi Masalah	0,591	0,591
Sikap	0,772	0,772
Norma Subyektif	0,819	0,819
Kontrol Perilaku	1,000	1,000
Perilaku Pembelian Kompulsif	0,575	0,575

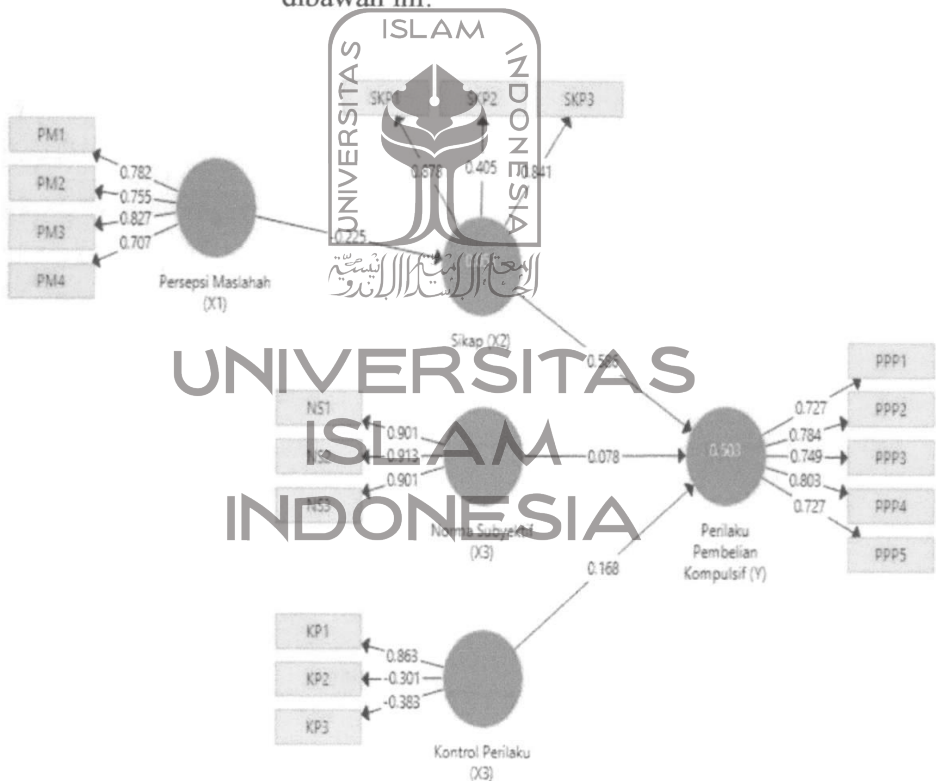
Sumber : Data Primer Pengolahan dengan PLS 2019

Validitas konvergen dari model pengukuran dengan menggunakan indikator reflektif dinilai berdasarkan *factor loading* indikator indikator yang mengukur konstruk tersebut. Dalam penelitian ini terdapat 4 konstruk/ variabel yaitu persepsi *masalah* 4 indikator, *theory planned behavior* yang terdiri dari sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku, dan perilaku pembelian kompulsif 5 indikator. Berdasarkan hasil pengujian model pengukuran yang terlihat pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- i. Konstruk persepsi *masalah* diukur dengan 4 indikator. Semua indikator memiliki *factor loading* diatas 0,7 dan nilai AVE > 0,5 serta *Communality* > 0,5.
- ii. Konstruk sikap diukur dengan 3 indikator. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, nilai AVE > 0,5 dan *Communality* > 0,5.
- iii. Konstruk norma subyektif diukur dengan 3 indikator. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, nilai AVE > 0,5 dan *Communality* > 0,5.
- iv. Konstruk kontrol perilaku diukur dengan 3 indikator. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, nilai AVE > 0,5 dan *Communality* > 0,5.
- v. Konstruk perilaku pembelian kompulsif diukur dengan 5 indikator. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,7, nilai AVE > 0,5 dan *Communality* > 0,5.

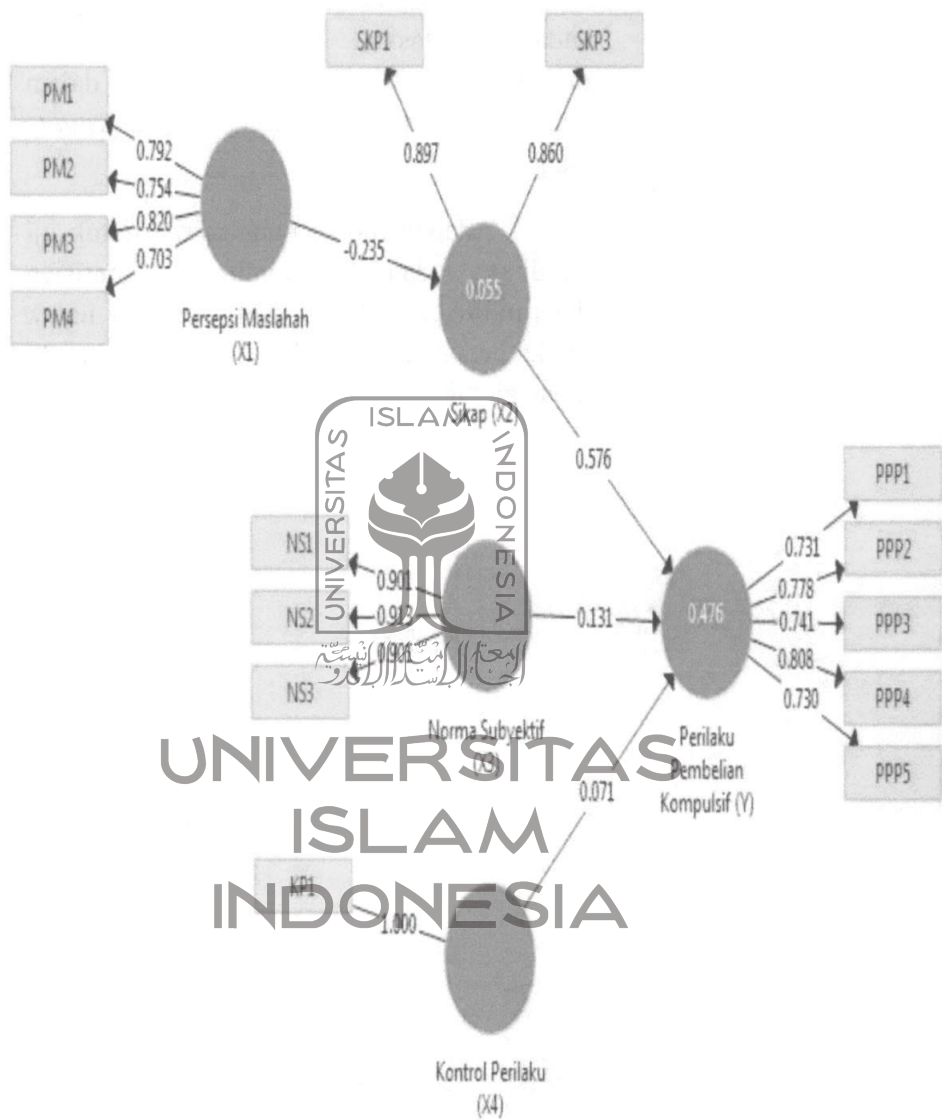
Berdasarkan hasil faktor loading yang sudah dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan bahwa konstruk konstruk dalam penelitian ini mempunyai *convergent validity* yang baik.

Adapun model pengukuran untuk uji validitas dan reliabilitas, koefisien determinasi model dan koefisien jalur untuk model persamaan dapat dilihat pada gambar 28 dibawah ini:



Gambar 3. Output Model Pengukuran dengan PLS 2019 (Sebelum dihilangkan konstruk tidak valid)

Sumber : Data Primer diolah PLS 2019



Gambar 4. Output Model Pengukuran dengan PLS 2019 (Setelah dinyatakan valid secara keseluruhan)
Sumber : Data Primer diolah PLS 2019

b) Discriminant Validity

Pengujian *discriminant validity* digunakan untuk membuktikan apakah indikator pada suatu konstruk atau variabel akan mempunyai *loading factor* terbesar pada konstruk yang dibentuknya dari pada *loading factor* dengan konstruk lain. Penilaian *discriminant validity* berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruknya atau dengan membandingkan akar nilai AVE, berikut ini tabel *cross loading* dalam penelitian ini:

Tabel 28

Discriminant Validity

Indikator	Loading Factor	Discriminant validity
PM1	0,792	Baik
PM2	0,754	Baik
PM3	0,820	Baik
PM4	0,703	Baik
SKP1	0,897	Baik
SKP3	0,860	Baik
NS2	0,913	Baik
NS3	0,901	Baik
KP1	1,000	Baik
PPP1	0,731	Baik
PPP2	0,778	Baik
PPP3	0,741	Baik
PPP4	0,808	Baik
PPP5	0,730	Baik

Sumber : Data Primer Pengolahan dengan PLS 2019

Berdasarkan data diatas nilai *cross loading* juga menunjukkan adanya *discriminant validity* yang baik, oleh karena nilai korelasi antara indikator konstruknya lebih besar dibandingkan nilai korelasi dengan konstruk lainnya.

c) Uji Reliabilitas

Selain uji validitas konstruk dilakukan juga uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan menggunakan metode yaitu crobach's alpha dan composite reliability. Untuk dapat dinyatakan bahwa suatu konstruk reliable maka, nilai crobach's alpha harus $> 0,6$ dan composite reliability $> 0,7$. Berikut ini adalah hasil pengujian composite reliability dan crobach' alpha dari Smart PLS.

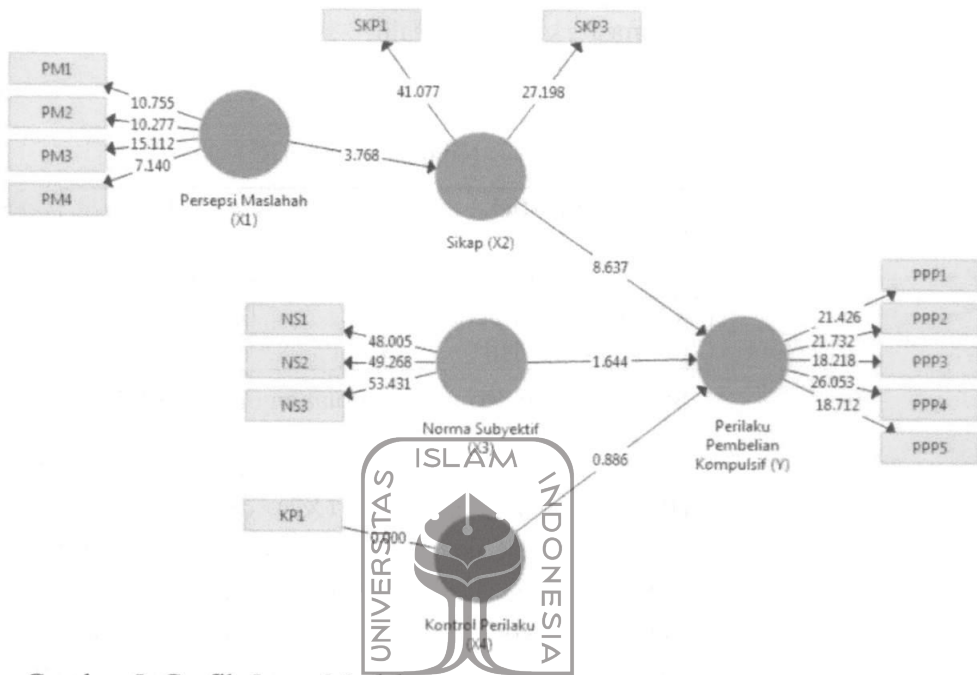
Tabel 29
Nilai *Crobach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Konstruk	<i>Crobach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Persepsi Masalah	0,772	0,852
Sikap	0,707	0,872
Norma Subyektif	0,890	0,932
Kontrol Perilaku	1,000	1,000
Perilaku Pembelian Kompulsif	0,816	0,871

Sumber : Data Primer Pengolahan dengan PLS 2019

2. Pengukuran Model Struktural (Inner Model)

Model Struktural pada PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 untuk variabel dependen dan nilai koefisien path untuk variabel independen yang kemudian disgnifikan dengan melihat nilai P value setiap path atau jalur. Adapun model structural (inner model) pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 5. Grafik Inner Model
Sumber: Data Primer diolah dengan PLS. 2019

a) Menilai atau evaluasi model struktural (*structural model*)

Pengujian model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk atau variabel laten, yang dilihat dari nilai *R-Square* (R^2) dari model penelitian dan nilai estimasi koefisien jalur strukturalnya (*estimate for path coefficients*). Nilai *R-Square* (R^2) adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Koefisien determinasi diartikan sebagai seberapa besar kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan varians dari variabel endogennya. Menurut Chin (1998), nilai *R-Square* (R^2) sebesar 0,67 (kuat), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah). Nilai

estimasi koefisien jalur struktural pada model (*Estimate for path coefficients*).²

Tabel 30
Nilai *R-Square* (R^2)

S	Variabel	<i>R-Square</i> (R^2)
u	Sikap	0,055
m	Perilaku Pembelian	0,476
b	Kompulsif	

Sumber : Data Primer Pengolahan dengan PLS 2019

Tabel 30. Menunjukkan nilai nilai *R-Square* (R^2) untuk variabel Sikap (X2) diperoleh sebesar 0,055, untuk perilaku pembelian kompulsif diperoleh sebesar 0,476. Hasil ini menunjukkan bahwa 5,5 % (lemah) variabel Sikap (X2) dapat dipengaruhi oleh variabel Persepsi masalah (X1), menurut yang berarti masih terdapat sekitar 94,5 % dari keragaman variabel Sikap (X2) yang dapat dijelaskan dari faktor-faktor lainnya. Dan menunjukkan bahwa 47,6 % (moderat, cenderung kuat) variabel Perilaku pembelian kompulsif (Y) dapat dipengaruhi oleh Sikap (X2), Norma Subyektif (X3), Kontrol Perilaku (X4), menurut yang yang berarti masih terdapat sekitar 52,4 % dari keragaman variabel Perilaku Pembelian Kompulsif (Y) yang dapat dijelaskan dari faktor lainnya.

b) *Result For Inner Weights*

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji

² Azwar Iskandar, Rahmaluddin Saragih, “*Pengaruh Sikap Kearah*”, hlm.93

hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output *result for inner weights* . Tabel 31. memberikan output estimasi untuk pengujian model struktural.

Tabel 31
Result For Inner Weights

Konstruk	<i>T Statistic</i>	<i>P-Value</i>	Keterangan
Persepsi Masalah → Sikap	3,768	0,000	Berpengaruh Signifikan
Sikap → Perilaku Pembelian Kompulsif	8,637	0,000	Berpengaruh Signifikan
Norma Subyektif → Perilaku Pembelian Kompulsif	1,644	0,101	Tidak Berpengaruh
Kontrol Perilaku → Perilaku Pembelian Kompulsif	0,886	0,376	Tidak Berpengaruh

Sumber : Data Primer Pengolahan dengan PLS 2019

Dalam penelitian ini nilai tingkat signifikan sebesar $< 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian model structural yang sudah ditampilkan pada tabel diatas, diketahui bahwa konstruk/ variabel persepsi masalah berpengaruh positif signifikan terhadap sikap, selanjutnya untuk konstruk sikap juga berpengaruh positif signifikan terhadap konstruk perilaku pembelian kompulsif, serta diketahui bahwasanya variabel norma subyektif dan kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap konstruk perilaku pembelian kompulsif. Untuk lebih lanjut akan dijelaskan pada subbab berikut ini:

3. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil dari nilai *T-Statistic* dan nilai *P-Value* pada tabel diatas maka hasil pengujian serta pembahasan untuk masing masing hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis 1 (H1)

H0: Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel persepsi *masalah* terhadap sikap

Ha: Terdapat pengaruh secara signifikan variabel persepsi *masalah* terhadap sikap

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan Smart PLS 0.3 menunjukkan nilai *T Statistic* sebesar 3,768 yang mana nilai ini lebih besar dari *T Tabel* > 1,96 dan nilai *P Value* sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa **H₀ ditolak** dan **H₁ diterima** yang artinya variabel perilaku persepsi *masalah* (X₁) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel sikap (X₂). Maka hipotesis pertama dinyatakan **diterima**.

b. Pengujian Hipotesis 2 (H2)

H0: Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel sikap terhadap perilaku pembelian kompulsif

Ha: Terdapat pengaruh secara signifikan variabel sikap terhadap perilaku pembelian kompulsif

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan hasil nilai *t* hitung atau *T- Statistik* sebesar 8,637 yang mana nilai *T- Statistik* lebih besar dari nilai *T- Tabel* > 1,96 dan nilai *P- Value* sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa **H₀ ditolak** dan **H₁ diterima** yang artinya variabel perilaku sikap (X₂) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian kompulsif (Y). Maka hipotesis kedua dinyatakan **diterima**.

c. Pengujian Hipotesis 3 (H3)

H0: Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel norma subyektif terhadap perilaku pembelian kompulsif

Ha: Terdapat pengaruh secara signifikan variabel norma subyektif terhadap perilaku pembelian kompulsif

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan Smart PLS 0.5 menunjukkan nilai *T Statistic* sebesar 1,644 yang mana nilai ini lebih kecil < dari *T Tabel* 1,96 dan nilai *P- Value* sebesar 0,101. Maka dapat disimpulkan bahwa **H₀ diterima** dan **H₁ ditolak** yang artinya variabel norma subyektif (X_3) tidak berpengaruh terhadap variabel perilaku pembelian kompulsif (Y). Maka hipotesis ketiga dinyatakan ditolak.

d. Pengujian Hipotesis 4 (H4)

H0: Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel kontrol perilaku terhadap perilaku pembelian kompulsif

Ha: Terdapat pengaruh secara signifikan variabel kontrol perilaku terhadap perilaku pembelian kompulsif

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan Smart PLS 0.3 menunjukkan nilai *T Statistic* sebesar 0,886 yang mana nilai ini lebih kecil < dari *T Tabel* 1,96 dan nilai *P- Value* sebesar 0,376. Maka dapat disimpulkan bahwa **H₀ diterima** dan **H₁ ditolak** yang artinya variabel kontrol perilaku (X_4) tidak berpengaruh terhadap variabel perilaku pembelian

kompulsif (Y). Maka hipotesis keempat dinyatakan ditolak.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji berupa variabel independen Persepsi *Maslahah* (X1), Sikap (X2), Norma Subyektif (X3), Kontrol Perilaku (X4), terhadap variabel dependen Perilaku Pembelian Kompulsif (Y), maka terdapat beberapa hasil penelitian yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi *Maslahah* Terhadap Sikap Pada Masyarakat Muslim

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, dapat disimpulkan bahwa konstruk persepsi *masalah* berpengaruh signifikan terhadap konstruk sikap. Hal ini dapat dilihat dari nilai T Statistic yang lebih besar dari 1,96 yakni sebesar 3,768. Dengan demikian, hipotesis H1 dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat persepsi *masalah* masyarakat muslim, semakin tinggi pula hal itu mempengaruhi sikap masyarakat muslim. Adapun Tabel. 30 menunjukkan bahwa 5,5 % (lemah) variabel Sikap (X2) dapat dipengaruhi oleh variabel Persepsi *masalah* (X1), yang berarti masih terdapat sekitar 94,5 % variabel Sikap (X2) dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi *masalah* mempengaruhi sikap meskipun lemah sebesar 5,5%.

Meskipun hanya 5,5 % sikap bisa dipengaruhi oleh persepsi *masalah* ini tetap menunjukkan masyarakat muslim mengutamakan kebutuhan dari pada keinginan, yang berarti masyarakat muslim menunjukkan bahwa mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan merupakan tujuan yang

ingin dicapai. Kemudian memiliki persepsi menolak komoditas haram, mengabaikan kepentingan orang lain, dan membahayakan diri sendiri. Dalam penelitian ini, masyarakat muslim lebih mengutamakan aspek manfaat dibandingkan aspek kesenangan, sehingga masyarakat muslim secara rasional tidak pernah mengonsumsi suatu barang manakala dia tidak membutuhkannya sekaligus mendapatkan manfaat darinya. Dan memiliki persepsi mardhatillah, dimana masyarakat muslim disini tidak meninggalkan atau bertentangan dengan nash syara', dan tujuan untuk mencari ridha Allah. Yang berarti di dalam penelitian ini, masyarakat muslim menghindari segala sesuatu yang dilarang oleh nash syara, dan hanya untuk mencari ridho Allah SWT.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardinia Triwidyastika (2012) persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat pada belanja online. Juga pada penelitian yang dilakukan oleh Ibna Kamelia F.A (2016), bahwa hasil hipotesis yaitu variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen terhadap niat pembelian ulang online, sehingga korelasi antara kedua variabel tersebut sangat kuat.

Hal tersebut dapat dilihat dari tanggapan responden dari variabel persepsi *masalah*, dengan nilai rata rata sebesar 34,58 yang mendekati nilai median (36), dapat dikatakan bahwa secara umum sikap masyarakat muslim cukup menunjukkan persepsi *masalah* yang baik.

Hubungannya dengan ekonomi Islam adalah kita perlu mengetahui sejauh mana masyarakat muslim memahami *masalah* sehingga mempengaruhi sikapnya dalam melakukan perilaku pembelian kompulsif. Sehingga mampu untuk bersikap dengan mendahulukan hal hal yang lebih dibutuhkan sesuai dengan tingkatan

aspek *masalah* yaitu *dharuriyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyat*. Yang berarti bahwa jika *masalah* bisa mempengaruhi sikapnya dalam mengkonsumsi maka sampailah ia pada penjagaan lima hal pokok yaitu penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.

2. Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, dapat disimpulkan bahwa konstruk persepsi sikap berpengaruh signifikan terhadap konstruk perilaku pembelian kompulsif. Hal ini dapat dilihat dari nilai T Statistic yang lebih besar dari 1,96 yakni sebesar 8,637. Yang berarti menunjukkan bahwa sikap masyarakat muslim bisa mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif.

Dimana, semakin tinggi tingkat sikap positif masyarakat muslim (yang ditandai dengan indikasi bahwa para responden menganggap hal tersebut adalah hal yang seharusnya dilakukan, dan positif), maka semakin tinggi pula dalam melakukan pembelian kompulsif. Begitu juga sebaliknya semakin tinggi tingkat sikap negatif masyarakat (yang ditandai dengan indikasi bahwa para responden menganggap hal tersebut adalah hal yang tidak seharusnya dilakukan, dan negatif), maka semakin rendah pula pengaruhnya dalam melakukan pembelian kompulsif.

Adapun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anna Elrika Christin Wiyana dan Edwin Japariato, (2014) yang hasil penelitiannya menemukan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat beli, dan variabel minat beli berpengaruh terhadap perilaku pembelian minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen dalam hal pembelian barang/produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain juga

dilakukan oleh Achmad Slamet (2002), yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa sikap berpengaruh signifikan dan positif terhadap pola perilaku pembelian.

Selanjutnya jika kita lihat dengan teori dan penelitian sebelumnya yang sekarang adanya hasil yang sama, dimana pada penelitian ini terdapat pengaruh antara sikap terhadap perilaku pembelian. Yang dalam penelitian ini adalah pembelian kompulsif.

Hubungan dengan ekonomi Islam. Dimana kita mengetahui pada dasarnya pembelian kompulsif merupakan salah satu bentuk pemborosan dalam menggunakan uang. Sedangkan dalam Islam tentu saja perilaku ini juga telah di larang oleh Allah SWT. Allah telah berfirman dalam ayatNya yang melarang manusia untuk menghindari perilaku boros, yang artinya: *Artinya “ Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan kanya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros ” (Q.S. Al- Isra’: 26).*

Oleh karena itu sikap sangatlah penting dalam menentukan pembelian secara kompulsif. Sebagai masyarakat muslim haruslah menyadari bahwa korelasi antara sikap dengan perilaku pembelian kompulsif. Dimana, jika memiliki sikap negatif terhadap perilaku pembelian kompulsif, berarti menunjukkan mereka mampu dalam mendahulukan hal hal yang lebih dibutuhkan sesuai dengan tingkatan aspek *masalah* yaitu *dharuriyyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyyat*, artinya masyarakat muslim juga menjaga lima hal pokok yaitu penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Karena sebagai seorang muslim perlu mempertimbangkan segala hal dalam konsumsi, sehingga

bisa melahirkan *masalah* dari aktifitas tersebut, sehingga tingkat pembelian kompulsif yang dilakukan rendah.

tetapi jika sebagai masyarakat muslim memiliki pandangan positif terhadap perilaku pembelian kompulsif, artinya mereka tidak mampu dalam mendahulukan hal hal yang lebih dibutuhkan sesuai dengan tingkatan aspek *masalah* dan artinya masyarakat muslim juga tidak bisa menjaga lima hal pokok yaitu penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Sehingga perilaku pembelian kompulsif yang dihasilkan akan meningkat.

3. Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, dapat disimpulkan bahwa konstruk norma subyektif berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap konstruk perilaku pembelian kompulsif. Hal ini dapat dilihat dari nilai T Statistic yang lebih kecil dari 1,96 yakni sebesar 1,644. Dengan demikian, hipotesis H3 dalam penelitian ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel norma subyektif tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap perilaku pembelian kompulsif. Alasan penolakan hipotesis ini di duga karena masyarakat muslim yang memiliki dorongan norma subyektif tinggi tidak mengubah perilakunya dalam pembelian kompulsif menjadi semakin tinggi. Selain itu, adanya rasa Qana'ah sebagai landasan konsumsi yang dilakukan dengan kesederhanaan. Sebab kepuasan dalam Islam tidak hanya terbatas pada materi, tetapi juga bergantung pada sesuatu yang bersifat abstrak (spiritual). Oleh karena itu, meskipun norma subyektif yang terdiri dari keyakinan untuk menuruti orang lain dan motivasi

untuk menuruti orang lain tinggi, hal ini tidak mengubah perilaku pembelian kompulsif yang dilakukan masyarakat muslim menjadi tinggi.

Karena dalam konsep konsumsi Islami sebagai Seorang muslim/ muslimah dalam berkonsumsi didasarkan atas pemahaman bahwa kebutuhannya sebagai manusia terbatas. Seorang muslim/ah akan mengkonsumsi pada tingkat wajar dan tidak berlebihan. Tingkat kepuasan berkonsumsi sebagai kebutuhan, bukan sebagai keinginan. Suatu tingkat kepuasan tidak hanya ditentukan oleh jumlah satu atau dua pilihan, namun suatu tingkat kepuasan akan ditentukan oleh kemaslahatan yang dihasilkan.

4. Pengaruh Kontrol Perilaku Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif

Berdasarkan hasil olah data dapat diketahui bahwa konstruk kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap konstruk perilaku pembelian kompulsif. Hal ini dapat dilihat dari nilai T Statistic yang lebih kecil dari 1,96 yakni sebesar 0,886. Yang berarti menunjukkan bahwa kontrol perilaku tidak bisa mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif. Alasan penolakan hipotesis ini di duga karena masyarakat muslim yang memiliki kontrol perilaku tinggi tidak mengubah perilakunya dalam pembelian kompulsif menjadi semakin tinggi.

Hubungan kontrol perilaku dengan ekonomi Islam bahwa telah dijelaskan dalam Al Qur'an manusia adalah makhluk yang paling mulia, yang diciptakan Allah dalam kondisi yang paling baik dan sempurna. Allah SWT menganugerahkan berbagai potensi besar yang tidak dimiliki oleh makhluk lain di dunia ini. Setiap manusia diciptakan dalam keadaan yang fitrah yang berarti

manusia dianugrahi naluri untuk beragama lurus, yaitu tauhid. Akan tetapi, dalam menjalani kehidupan seringkali manusia gagal dalam mengendalikan hawa nafsu dan larut pada rayuan setan yang mengajaknya berbuat maksiat. Mengikuti dorongan tersebut tanpa memikirkan akibat dan keinginan merupakan yang menyimpang dari fitrah manusia. Adapun hal itu menyebabkan hati beku mas, sebagaimana firman Allah sebagai berikut:



Dan adapun orang-orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari keinginan hawa nafsunya. (Q.S. An-Naziah:40)

Dari ayat diatas, dapat diambil pelajaran bahwa seorang individu harus mampu mengontrol dirinya dari dorongan dorongan hawa nafsu, begitu juga dalam hal berkonsumsi. Selayaknya kita sebagai muslim muslimah untuk bisa mengontrol diri dari sifat yang berlebihan. Agar individu tidak menjadi budak hawa nafsu akan tetapi, individu itulah yang mengendalikan dorongan dorongan nafsu tersebut.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan penelitian pada variabel persepsi masalah (X1) diketahui bahwa persepsi masalah berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif (Y). Hal ini membuktikan bahwa persepsi masalah mampu mempengaruhi sikap masyarakat muslim. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi masalah yang diyakini para masyarakat muslim, semakin tinggi pula hal itu mempengaruhi sikap masyarakat muslim. Yang berarti, masyarakat muslim mampu bersikap dalam mendahulukan hal hal yang lebih dibutuhkan sesuai dengan tingkatan aspek *mashlahah* yaitu *dharuriyyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyyat*. Yang berarti bahwa masyarakat juga menjaga lima hal pokok yaitu penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.
2. Berdasarkan penelitian pada variabel Sikap (X2) diketahui bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Dengan demikian dapat diketahui bahwa evaluasi kepercayaan (*belief*) atau perasaan positif dan negatif dari seseorang terhadap pembelian kompulsif mempengaruhi masyarakat muslim dalam melakukan pembelian kompulsif. Berarti menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat sikap positif masyarakat muslim (yang ditandai dengan indikasi bahwa para responden menganggap hal tersebut adalah hal yang seharusnya dilakukan, dan positif), maka semakin tinggi pula dalam melakukan pembelian kompulsif. Begitu juga sebaliknya semakin tinggi tingkat sikap negatif masyarakat (yang ditandai dengan indikasi bahwa para responden menganggap hal tersebut adalah hal yang tidak seharusnya dilakukan, dan negatif), maka semakin

rendah pula pengaruhnya dalam melakukan pembelian kompulsif.

3. Berdasarkan penelitian pada variabel Norma Subyektif (X3) diketahui bahwa norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Dengan demikian dapat diketahui bahwa persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain terhadap pembelian kompulsif tidak mempengaruhi mereka dalam melakukan pembelian kompulsif
4. Berdasarkan penelitian pada variabel Kontrol Perilaku (X4) diketahui bahwa Kontrol Perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Dengan demikian dapat diketahui bahwa kemudahan atau kesulitan untuk melakukan pembelian kompulsif tidak mempengaruhi mereka dalam menunjukkan perilaku pembelian kompulsif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan diatas maka diajukan beberapa saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan beberapa pihak yakni sebagai berikut :

1. Sebaiknya masyarakat muslim menggunakan hasil penelitian ini untuk lebih memperhatikan masalah sehingga mempengaruhi sikap mereka, yang berarti sikap yang akan ditunjukkan terhadap pembelian kompulsif adalah negatif, sehingga pengambilan keputusan dalam mengkonsumsi tidak secara kompulsif. Pastinya hal itu, masyarakat muslim harus mengimbangi dengan hidup yang tidak terpengaruh oleh hedonism dan gaya hidup dan harus lebih memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan sehingga terhindar dari budaya konsumerisme yang dapat merugikan dirinya sendiri maupun orang lain. Seperti yang dianjurkan dalam Islam bahwa “*khoirul umurri ausatuha*”, yang artinya sebaik baik perkara adalah pertengahannya.

2. Untuk penelitian selanjutnya, bisa melakukan penelitian dengan model yang lebih dikembangkan, seperti menambah konstruk variabel laten yang belum pernah diteliti atau masih jarang diteliti oleh akademisi, sehingga hasil penelitian dapat lebih memberikan gambaran yang baik. Selanjutnya, untuk penelitian selanjutnya diharapkan mencari indikator baru yang lain mengenai pembelian kompulsif.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR PUSTAKA

- Al Ghazali, Abu Hamid Muhammad., 1980, *Al Mustasfa Min Ilmi Al Ushul*, Beirut: Dar AL Kutub Al Ilmiyah.
- Al- Syatibi, Abu Ishaq., *Al Muwafaqat Fi Usul Al Syaria'ah (juz I)*, Beirut: Dar Al Kutub Al Ilmiyyah.
- Ajzein I & Driver, B. L, 1991, "Prediction of Leisure Participation from Behavioral, Normative, and Control Beliefs: an Application of The Theory of Planned Behavior, *Leisure Sciences Journal*, Vol. 13,
- Ajzen and Fisbein, 1975, dalam Brehm dan Kassin, 1990 : Ajzen, 1988
- Akhadiyah, Rizky Fajar, 2017, " Pengaruh Motivasi Pembelian Dan Harga Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Produk Fashion", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 48, No. 1, Juli
- Andrianto, Sonny., 2014, "Peran Keluarga Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Remaja", *Psikologika*, Vol. 19, No. 1
- Priyo Nugroho, Anton., 2017, "The Influence Of Religiosity And Efficacy On The Saving Behavior Of The Islamic Banks ". *Banks And Bank Systems*, Vol. 12, Issue 3
- Iskandar, Azwar., Saragih, Rahmaluddin., 2018, "Pengaruh Sikap Kearah Perilaku, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Atas Perilaku Terhadap Niat Dan Perilaku Whistleblowing", *Jurnal Tata Kelola Dan Akuntabilitas Keuangan Negara*, Vol. 4, No. 1, Jan-Jun
- Azwar, Saifudin., 2011, *Metode Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Bahsoan, Agil., "Mashlahah Sebagai Maqashid Al Syariah", *Inovasi*, Vol. 8 No.1
- Bimo, W. , 2010 *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wiyana,Christin., Elrika, Anna., Japarianto, Edwin., 2014, "Pengaruh Sikap Pembaca Dan Norma Subyektif Terhadap

- Perilaku Pembelian Harian Kompas Di Surabaya Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1
- David Chandryanto, Ignasius., 2018, “Pengaruh Sikap Penggunaan Uang Pada Anak Muda Dalam Penggunaan Kartu Kredit Terhadap Pembelian Kompulsif Di Surabaya, *Calypra*, Vol. 7, No. 1
- Elvira, Rini., 2016, " Pengaruh Persepsi Konsumen Muslim Tentang Mashlahah Terhadap Keputusan Konsumsi Terbatas Hanya Pada Komoditas Halal ", *Manhaj*, Vol. 4 No. 2 Mei- Agustus
- Soliha, Euis., 2010, “Pengaruh Self- Acceptance Impotance, Affiliation Importance, Dan Community Feeling Importance Terhadap Compulsive Buying”, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 14, No. 1
- Felicia, Fenny., Elvinawaty, Rianda., dan Hartini, Sri., 2014, “Kecenderungan Pembelian Kompulsif: Peran Perfeksionisme Dan Gaya Hidup Hedonistic”, *Psikologia*, Vol. 9, No. 3
- Ghozali, Imam., 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Gunawijaya, Rahmat., 2017, “Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam”, *Al-Maslahah*, Vol. 13 No. 1, April
- Icek Ajzen, Artikel, “Teori direncanakan perilaku: Reaksi dan Refleksi”, (University of Massachusetts)
- J.C Mowen, M. Minor, 2002, “Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Ke 5”, (Jakarta: Erlangga,
- Jogiyanto, Willy Abdilah., 2014, *Konsep Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*, Yogyakarta: BPFE
- Kotler, P., 1999, *Manajemen Pemasaran Edisi Terjemahan 12*. Jakarta: Indeks
- Kumala Sari, Ratih., 2016, “Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying (Pembelian Kompulsif) Pada Masa Remaja Akhir Di Samarinda”, *eJournal Psikologi*, Vol. 4, No. 4

- Kurnianingtias Wulandari, 2018, "Pengaruh Kecanduan Internet Dan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Online", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7 No. 2
- Leon G. Schiffman Dan Leslie Lazar Kanuk, 2008, *Consume Behavior Edisi 7*, Jakarta:PT. Indeks
- Lesmana, Tegu, dkk, 2017, " Application Of CBT In Coping With Compulsive Buying On Online Shopping by Young Adult Woman", *Jurnal Muara Ilmu Sosial*, Vol. 1 No. 1, April
- Muflih, Muhammad., 2006, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo
- Muhammad, 2004, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE
- Nadhira Afdalia, Grace T. Pontoh, dan Kartini, 2014, "Theory of Planned Behavior Dan Readiness For Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010", *JAI*, Vol. 18, No.2, Desember
- Pratiwi, Indah, 2007, "Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha," *eJournal Jurusan Pendidikan Ekonomi* , Vol. 9, No. 1
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2013, *Ekonomi Islam* , Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Rahim, Abdur., 2013, "Ekonomi Islam Perspektif Muhammad saw.", Jember: Stain Jember: Press
- Ramdhani, Neila., 2011, "Penyusunan Alat Ukur Berbasis Theory of Planned Behavior", *Buletin Psikologi*, Vol. 19, No.2
- Ristianawati Dwi Utami, 2011, "Pengaruh Family Stucture Terhadap Materialisme Dan Pembelian Kompulsif Pada Remaja," *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan* , Vol. 4, No. 3, Desember
- S. Santoso dan F. Tjiptono, 2001, *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

- Sidharta, Iwan., dan Sidh, Rahmawati., 2014, “Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada *E- Commerce*”, *Junral Computech & Bisnis*, Vol. 8, No. 2 Desember
- Siloha, 2002, “Pengaruh *Self-Accpetance Importance*, *Affiliation Importance* dan *Comunity Feeling Importance* Terhadap *Compulsive Buying*”, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 14 No.1 , April
- Slamet, Achmad., 2002, “Pengaruh Sikap Konsumen Mengenai Strategi Pemasaran Pasar Swalayan Terhadap Pola Perilaku Pembelian”, *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Dinamika*, Vol. 11, No. 2
- Sugiyono, 2002, “Statistika untuk Penelitian”. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sularso, R.Andi., 2012, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Sikap Dan Niat Pembelian Online”, *Junral Maksipreneur*, Vol. 1, No. 2
- Sumarwan, Ujang, dkk., 2011, “Riset Pemasaran Dan Konsumen”. Bogor: CV. IPB Press
- Suryani, Tatik., 2008, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Triwidyastika, Ardinia., 2012, “Studi Tentang Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Pada Belanja Online Dan Implikasinya Pada Minat Belanja Online Di D’Shetwo Boutique”, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. XI, No. 1, Mei
- Umar, Husein., 2005, *Riset Sumber Daya Manusia dan Organisasi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Masyarakat Muslim

di-

Tempat

Responden yang budiman

Terkait dengan pengembangan ilmu pengetahuan dan penyusunan Tesis dengan judul “ **Pengaruh Persepsi Masalah Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif**”, maka dengan segala kerendahan hati, kami mohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i kiranya berkenan meluangkan waktu membaca dan mengisi kuisisioner penelitian ini. Untuk setiap pertanyaan diharapkan Bapak/ Ibu/ Saudara/i memberi jawaban berdasarkan petunjuk yang tersedia. Jawablah sesuai dengan kondisi yang ada tanpa tekanan, karena penelitian ini semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan penyusunan tesis dalam rangka penyelesaian studi program Magister (S2) pada program Pascasarjana Universitas Islam Indonesia, sehingga jawaban yang Bapak/ Ibu/ Saudara/i berikan sepenuhnya menjadi rahasia kami sebagai peneliti. Terima kasih.

Yogyakarta, Desember 2018

Hormat Kami

Zulfatus Sa’diah, S.H.I

“PEMBELIAN KOMPULSIF”

Pembelian Kompulsif merupakan salah satu perilaku konsumtif yang fenomenal dimana individu melakukan aktifitas pembelian secara langsung tanpa alasan yang jelas mengapa mereka melakukan pembelian. Siloha mengatakan bahwa setiap konsumen pasti mempunyai keinginan untuk membeli sesuatu secara terus

menerus. Namun jika pembelian ini berlebihan dan menjadi sebuah kebiasaan, maka hal inilah yang biasa disebut *compulsive buying*.

PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Adapun petunjuk pengisian kuisisioner adalah sebagai berikut :

1. Isilah identitas anda pada lembar yang tersedia. Identitas dan jawaban dijamin kerahasiaanya
2. Periksa kembali kuisisioner anda.
3. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan diri anda. Tidak ada jawaban yang dianggap salah, semua jawaban adalah benar.
4. Pilihlah atau isilah pernyataan berikut dengan tanda silang (X) pada salah satu dari angka pada kolom jawaban yang dianggap mewakili.

IDENTITAS PRIBADI RESPONDEN

Berilah tanda silang (X) pada salah satu opsi jawaban yang dianggap paling sesuai dengan pilihan saudara/i

1. Nama : (boleh tidak di isi)
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Usia :
 - a. ≤ 20 tahun
 - b. 21-30 tahun
 - c. 31-40 tahun
 - d. 41-50 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
 - a. SMP, SMA/ Sederajat
 - b. Strata 1 (S1)
 - c. Strata 2 (S2)
5. Gaji per Bulan
 - a. Antara < 5 juta
 - b. Antara 5,1 – 9,9 juta
 - c. ≥ 10 juta

6. Pekerjaan :
- Mahasiswa/i
 - Karyawan
 - Swasta
 - Pegawai Negri
 - Wirausaha
7. Apakah anda pernah membeli barang tanpa perencanaan terlebih dahulu?
- Pernah
 - Tidak Pernah
8. Apakah anda pernah melakukan pembelian barang secara berulang ulang tanpa memperdulikan konsekuensinya?
- Pernah
 - Tidak Pernah
9. Apakah anda mudah tertarik dengan suatu iklan yg belum jelas kegunaannya sehingga anda dengan mudah dan tanpa pikir panjang langsung membeli barang/objek yg ditawarkan?
- Iya
 - Tidak

Tandai pilihan yang menurut Anda paling sesuai dengan diri Anda dengan tanda ceklis ✓

1. Persepsi Masalah

[illegible]

2. Sikap (*Attitude*)

[illegible]

3. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

[illegible]

5. Perilaku Pembelian Kompulsif

[illegible]

14	5	10	6	8	4	8	2	3	2	2	9	7	8	7	6	7
15	10	10	7	10	3	10	6	6	6	6	10	7	8	6	5	4
16	9	10	9	9	1	3	1	1	3	3	6	7	8	3	1	1
17	10	10	10	10	1	5	5	5	1	5	6	5	10	5	3	8
18	7	8	7	5	7	9	5	4	5	6	8	5	5	3	8	9
19	10	10	10	10	1	1	6	2	2	3	6	9	2	1	6	1
20	6	10	5	7	1	9	1	3	1	5	6	7	8	5	3	5
21	7	9	8	8	2	8	5	3	2	2	6	8	4	2	4	2
22	7	9	7	8	7	4	7	6	6	6	9	4	9	8	6	1
23	10	10	10	10	10	1	1	1	1	1	3	9	10	1	1	1
24	5	6	8	5	3	8	3	6	6	7	10	6	5	4	9	1
25	9	9	9	9	3	8	4	4	4	4	8	3	5	5	8	8
26	10	10	10	10	1	5	1	2	2	2	3	9	10	1	1	1
27	8	10	7	10	1	10	4	1	1	3	6	9	10	3	3	8
28	10	10	10	10	6	3	9	10	10	10	10	9	10	6	6	7
29	10	10	10	10	1	1	1	1	1	1	4	9	10	1	7	6
30	10	10	10	10	1	4	1	6	6	6	9	8	7	4	5	8
31	8	8	8	8	5	9	6	6	6	5	3	7	8	7	9	10
32	8	9	9	9	4	6	4	2	1	2	6	6	8	2	2	1

33	10	10	10	7	1	7	1	3	3	1	9	9	10	1	7	1	1
34	10	10	10	8	1	1	1	4	1	1	9	6	7	2	3	2	1
35	7	9	7	8	4	5	4	3	2	2	10	9	9	3	5	3	8
36	8	8	8	8	3	3	3	3	3	3	6	3	8	3	3	3	1
37	7	10	7	7	1	7	1	1	1	3	6	9	8	1	3	7	1
38	9	10	9	10	1	5	2	1	1	1	6	8	9	1	3	5	1
39	9	9	8	9	3	8	4	3	2	2	3	8	9	5	6	5	3
40	5	10	9	9	1	6	4	1	1	3	8	6	7	3	6	3	1
41	8	10	7	8	8	8	6	4	4	4	10	8	7	7	9	9	7
42	10	10	10	10	3	5	6	7	8	7	10	8	8	6	2	3	1
43	5	10	7	9	3	5	3	6	6	6	8	5	5	5	4	5	2
44	8	10	8	9	3	1	3	1	1	1	8	4	6	3	2	4	1
45	10	10	10	10	1	1	1	1	1	1	10	9	10	1	1	1	1
46	9	10	9	9	2	3	4	2	2	3	6	9	9	3	3	7	7
47	10	10	10	10	1	3	5	2	2	1	7	8	2	1	6	8	3
48	10	10	10	10	2	10	3	3	1	1	6	10	10	3	3	3	1
49	8	9	4	9	2	3	3	1	2	3	6	3	4	3	7	9	5
50	8	8	8	10	6	7	6	6	7	6	9	6	7	6	6	5	9
51	8	10	9	10	3	5	2	5	5	5	10	8	9	3	5	7	1

52	5	7	7	5	3	4	6	4	1	4	7	6	8	3	5	3	1
53	10	10	10	7	2	10	2	2	3	3	6	10	10	2	7	2	8
54	10	10	10	10	1	1	6	2	2	3	6	10	3	1	6	9	1
55	10	10	6	8	3	8	5	3	3	3	5	4	8	2	5	3	1
56	7	10	6	9	3	8	6	2	2	2	7	8	7	3	6	6	4
57	10	10	10	10	1	10	1	1	1	1	4	10	10	1	1	1	1
58	10	6	10	5	1	10	1	1	1	1	3	3	8	4	5	1	8
59	9	7	10	9	2	5	1	5	10	9	8	4	4	1	1	6	8
60	7	9	8	8	2	5	3	5	5	5	7	6	6	2	7	3	1
61	3	10	3	8	2	2	3	2	1	2	6	4	4	2	5	4	1
62	10	10	10	9	6	4	4	1	3	6	7	9	9	6	4	3	1
63	8	8	8	10	4	7	6	3	3	3	5	2	3	4	3	6	5
64	10	10	10	10	3	3	7	8	3	5	5	3	8	1	6	7	5
65	7	9	7	8	3	3	2	6	6	6	10	8	6	2	3	1	1
66	7	9	7	8	3	3	2	2	6	6	10	8	6	2	3	1	1
67	6	4	5	4	3	6	2	6	6	7	4	1	6	7	8	6	5
68	9	9	9	7	7	4	7	3	6	6	7	8	6	7	8	2	4
69	8	9	8	9	2	4	2	3	3	3	7	8	2	3	9	10	2
70	9	10	9	8	1	10	1	1	1	1	3	7	8	7	5	5	4

71	9	10	9	8	3	1	3	5	1	4	5	2	3	5	7	8	4	2
72	9	10	10	9	5	8	5	1	1	5	7	8	8	1	8	8	2	1
73	8	8	8	8	3	6	4	4	5	5	8	5	5	7	7	7	4	7
74	5	10	5	9	5	2	2	8	1	1	4	8	9	3	5	6	7	7
75	8	10	9	9	8	6	3	4	5	5	10	7	7	8	10	5	4	6
76	7	7	7	7	2	4	4	1	1	5	7	8	8	4	3	3	2	1
77	10	10	7	10	1	1	5	1	1	1	2	10	7	1	10	5	5	3
78	10	10	10	8	1	10	8	1	1	5	4	10	10	10	8	10	1	1
79	10	10	9	10	3	10	3	1	4	4	4	4	6	1	4	5	7	4
80	10	10	9	9	2	8	1	1	1	1	2	9	5	4	2	4	2	3
81	10	10	10	10	4	10	4	1	1	1	4	10	10	4	8	8	7	5
82	8	8	8	9	3	6	2	2	2	2	6	9	9	3	4	5	3	1
83	9	9	9	9	5	9	4	1	2	3	8	8	8	7	5	6	3	1
84	8	9	8	9	5	4	5	5	5	6	10	7	9	5	6	5	4	7
85	10	10	10	10	1	1	1	1	1	1	2	10	7	8	3	7	1	1
86	7	7	8	6	4	7	4	5	5	5	8	5	6	3	3	5	3	1
87	10	10	10	10	1	3	4	5	5	5	8	4	5	5	5	5	5	2
88	4	7	5	6	4	6	5	2	2	5	7	5	6	6	8	8	8	7
89	9	5	7	10	4	7	6	4	4	6	8	6	8	6	7	7	4	4

90	10	6	1	5	1	10	1	1	1	1	8	7	10	5	10	10	8	7
91	10	10	10	10	5	5	1	9	9	9	10	10	10	9	5	9	3	1
92	8	8	8	5	3	6	5	2	1	7	7	7	9	2	3	5	2	1
93	10	10	10	10	10	10	10	9	9	8	10	10	9	10	10	10	10	10
94	10	10	10	10	1	10	6	7	7	7	10	9	10	3	1	6	5	5
95	10	10	10	7	1	6	1	1	1	1	4	10	10	4	1	7	4	3
96	10	10	7	8	1	10	1	1	2	6	9	7	7	1	6	7	1	6
97	10	10	8	10	1	6	1	2	2	8	9	9	9	2	4	2	2	1
98	10	9	9	10	1	1	4	1	2	4	3	6	8	6	1	3	4	5
99	10	10	10	10	3	2	3	8	3	3	9	8	9	2	7	10	5	1
100	10	10	8	10	1	3	3	5	5	10	5	5	5	5	5	7	1	1
101	10	10	10	10	1	1	6	2	2	3	6	10	3	1	6	9	3	1
102	8	10	10	8	1	6	1	4	3	3	7	8	4	2	7	7	1	5
103	7	9	7	8	5	7	7	4	4	8	8	5	5	7	6	6	6	3
104	6	10	8	9	2	3	3	8	4	4	10	3	4	8	7	10	6	4
105	10	9	10	9	6	7	2	7	2	2	5	8	9	6	1	1	6	5
106	8	10	8	8	4	4	4	4	3	4	9	7	7	4	4	4	4	1
107	1	10	10	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
108	8	10	9	10	8	8	6	8	7	7	10	8	9	7	7	6	7	9

109	4	10	6	10	6	7	6	1	1	8	7	8	4	6	10	7	7	10
110	9	9	9	10	1	6	2	2	1	1	4	9	9	5	1	5	1	1
111	10	10	10	10	5	8	8	8	7	7	10	8	8	7	7	9	7	7
112	10	9	10	9	8	9	6	5	5	6	8	6	10	6	9	10	9	5
113	8	10	9	10	1	1	4	1	3	1	4	8	9	1	3	2	3	2
114	8	8	8	9	3	8	3	3	3	3	10	8	9	8	4	6	2	1
115	10	10	9	10	1	10	10	1	2	1	3	3	8	8	1	1	1	1
116	10	10	10	10	1	1	1	1	1	1	4	10	10	1	1	1	1	1
117	10	10	8	7	1	4	3	1	1	3	2	3	3	3	7	8	5	8
118	10	8	10	10	5	8	3	1	1	1	9	5	5	1	5	5	1	2
119	8	10	9	10	1	7	7	1	1	2	3	7	10	5	2	2	2	2
120	6	10	6	10	1	10	1	1	1	1	1	10	1	1	10	10	1	2
121	8	9	8	4	8	3	5	8	8	7	6	9	3	4	3	7	8	7
122	9	10	10	9	8	10	7	3	3	4	8	8	8	9	7	7	1	2
123	8	9	10	10	2	8	4	2	4	2	10	8	9	10	9	8	7	8
124	5	6	5	4	9	5	9	4	4	7	10	6	6	8	9	8	8	10
125	9	10	10	10	6	8	7	10	9	8	10	10	10	2	2	8	2	1
126	10	10	9	9	1	10	5	4	2	6	5	7	9	5	2	6	1	1
127	6	10	8	6	1	7	5	1	3	3	8	6	10	4	7	7	1	5

128	10	8	10	8	3	6	2	5	3	6	7	9	6	2	7	2	1
129	10	6	10	5	1	4	6	1	1	1	3	10	9	6	3	8	1
130	8	8	8	8	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1
131	10	10	10	9	1	5	2	1	1	1	9	10	9	2	2	5	3
132	7	10	10	10	2	10	1	1	1	3	5	10	10	5	5	4	1
133	10	10	10	10	1	1	5	5	2	1	1	3	2	1	6	2	8
134	10	9	9	6	1	1	1	5	1	4	10	10	5	1	9	8	3
135	10	8	5	8	2	8	2	2	6	6	8	5	1	1	2	6	1
136	9	10	10	10	2	2	2	2	1	1	6	10	10	2	6	6	1
137	8	9	5	8	5	8	5	5	3	3	8	8	6	6	10	5	6
138	10	10	10	10	3	8	1	1	3	3	10	10	1	5	10	5	1
139	10	10	7	10	6	6	6	6	6	6	5	10	10	1	4	3	1
140	8	10	8	6	6	7	5	5	5	7	10	8	3	6	9	9	3
141	8	10	9	8	1	6	3	2	2	2	9	8	9	2	1	2	7
142	8	10	9	10	3	8	3	5	3	7	10	10	10	1	1	5	1
143	8	9	7	7	7	8	6	7	7	7	9	7	7	7	7	7	6
144	5	9	9	8	5	7	5	5	5	5	10	8	9	5	8	7	4
145	8	8	9	9	2	7	2	2	3	2	5	5	8	2	1	4	1
146	8	10	5	8	3	7	3	3	4	5	8	6	6	4	5	5	3

147	6	9	4	6	4	2	2	3	2	2	2	9	7	7	6	4	2
148	8	9	7	9	7	3	7	4	2	6	8	5	5	5	8	8	6
149	10	10	8	10	1	6	1	1	1	1	4	10	10	1	3	3	1
150	8	8	7	10	2	4	1	5	6	6	9	9	7	2	5	5	4
151	8	10	10	10	2	9	2	2	3	1	10	8	5	1	7	8	2
152	9	10	8	7	8	5	1	6	8	7	10	8	8	8	9	8	8
153	10	10	10	8	2	5	5	2	2	5	5	9	6	3	5	5	3
154	10	10	8	7	1	6	1	2	1	9	10	6	1	7	7	7	4
155	8	10	9	9	3					2	8	9	2	4	7	6	2
156	8	10	8	7	1	2	2	2	2	2	5	2	3	3	1	1	2
157	10	10	10	10	1	1	1	1	1	1	10	10	1	1	1	7	1
158	8	9	8	10	1	2	1	1	1	1	8	9	1	5	6	6	1
159	5	6	6	5	7	5	6	3	1	7	6	4	7	6	6	6	8
160	10	10	9	10	5	5	5	7	5	8	9	8	5	5	5	5	6
161	9	10	9	9	2	9	2	2	2	2	7	6	6	2	8	8	2
162	9	8	9	9	9	9	7	2	1	1	6	8	9	6	2	6	3
163	9	10	9	9	1	7	1	2	1	1	6	9	9	2	1	2	1
164	8	7	7	6	5	3	4	4	3	3	8	8	9	3	6	5	6
165	9	9	9	7	2	6	3	3	3	4	8	6	5	6	5	6	1

[illegible]

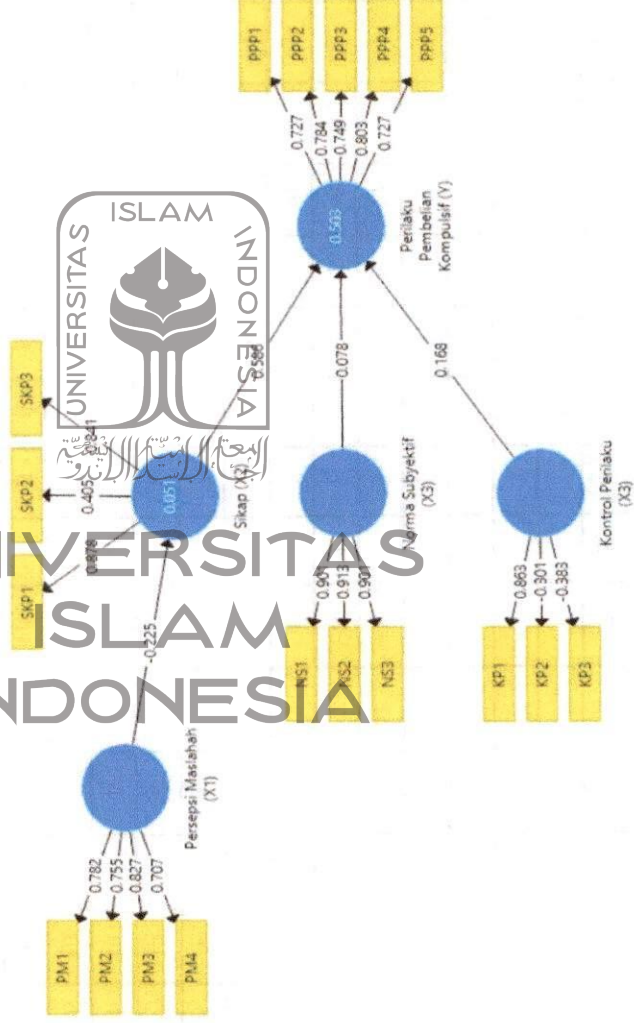
185	10	10	10	10	10	3	3	7	5	4	6	9	9	9	3	2	2	3
186	10	10	10	10	10	1	7	1	1	3	6	2	8	3	1	1	4	5
187	8	8	8	7	3	5	5	5	1	1	1	6	9	9	4	7	5	4
188	10	10	10	10	1	9	9	1	1	1	1	5	10	10	1	2	2	1
189	10	10	10	10	1	10	10	1	1	1	1	4	9	9	1	1	1	4
190	10	10	10	10	1	1	1	1	1	1	1	4	2	10	3	1	1	1
191	8	10	9	10	1	7	7	7	1	1	2	3	7	10	5	2	2	2
192	10	10	10	10	1	8	1	1	1	1	1	5	10	10	1	3	7	1
193	10	10	10	10	1	7	1	1	1	1	1	5	10	10	1	1	1	1
194	7	8	8	8	1	7	1	1	7	7	7	10	8	9	1	1	5	2
195	10	10	10	7	1	10	1	1	1	1	1	10	7	10	6	1	6	5
196	10	10	10	7	1	5	5	5	7	6	6	9	5	4	8	7	7	2
197	10	10	10	10	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2	1	1	5	2
198	8	10	8	10	1	10	1	1	1	1	1	5	10	10	1	1	1	2
199	10	10	10	10	3	6	1	1	5	9	9	10	9	9	4	3	1	2
200	10	10	10	10	1	1	1	1	1	1	1	5	10	10	1	1	1	1

Lampiran 3

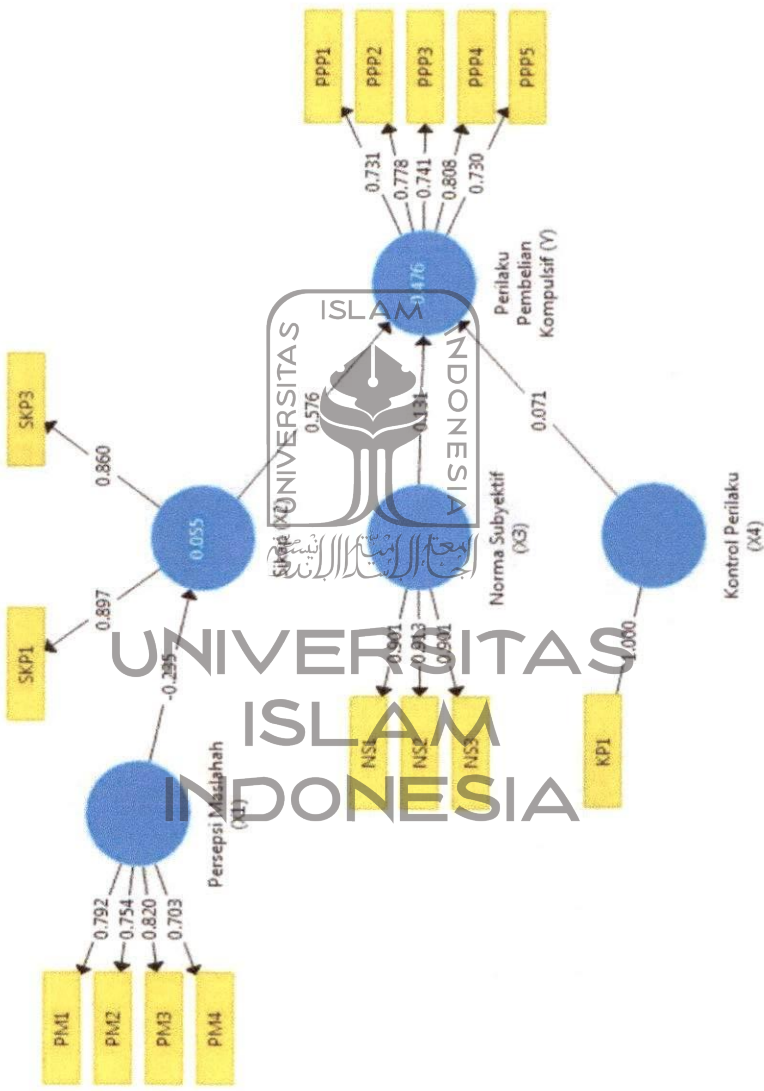
Model PLS

1. Outer Model

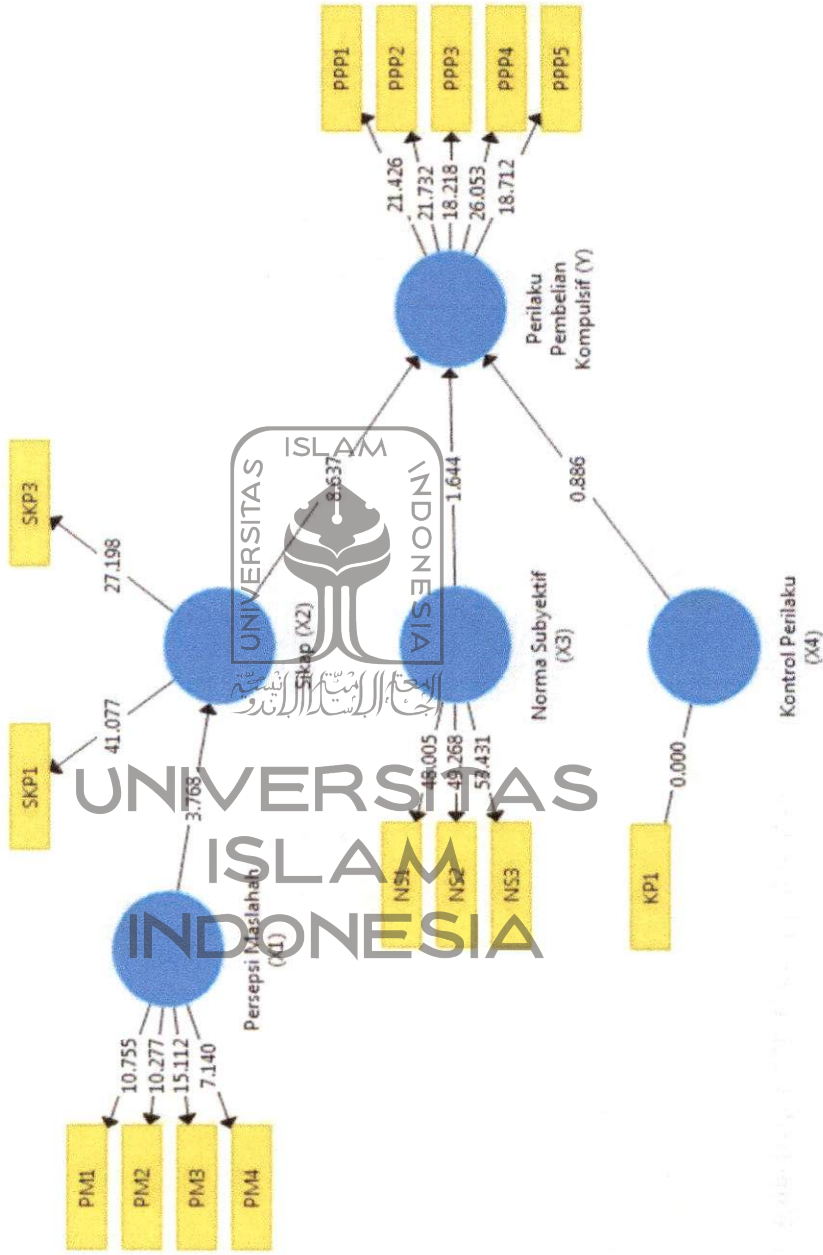
a. Sebelum Konstruk tidak valid dihilangkan



b. Setelah Konstruk tidak valid dihilangkan

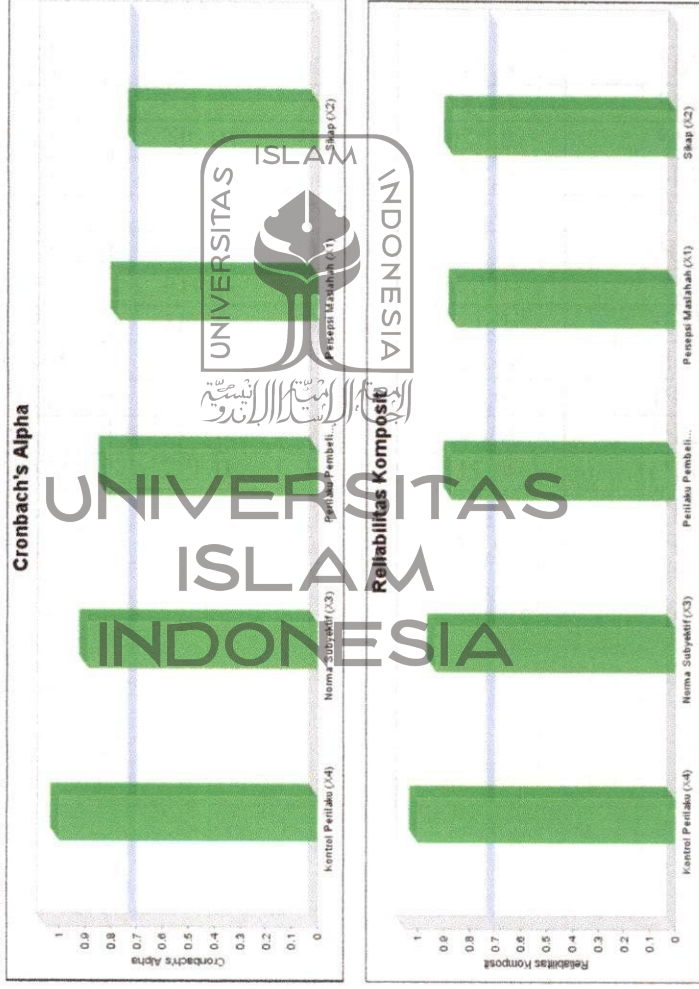


2. Inner Model



Lampiran 4.

Cronbach's Alpha dan Composite Reliability



Lampiran 5
Discriminant Validity

Tabel Discriminant Validity

Indikator	Persepsi Masalah	Sikap	Norma Subyektif	Kontrol Perilaku	Perilaku Pembelian Kompulsif
PM1	0,792	-0,206	-0,102	-0,134	-0,251
PM2	0,754	-0,194	-0,167	-0,100	-0,243
PM3	0,820	-0,183	-0,087	-0,120	-0,328
PM4	0,703	-0,117	-0,104	-0,115	-0,252
SKP1	-0,267	0,897	0,513	0,376	0,614
SKP3	-0,137	0,860	0,423	0,249	0,566
NS2	-0,095	0,453	0,913	0,552	0,403
NS3	-0,170	0,514	0,901	0,529	0,450
KP1	-0,152	0,361	0,611	1,000	0,359
PPP1	-0,200	0,597	0,453	0,295	0,731
PPP2	0,246	0,479	0,274	0,246	0,778
PPP3	-0,213	0,394	0,327	0,312	0,741
PPP4	-0,331	0,579	0,393	0,284	0,808
PPP5	-0,241	0,444	0,349	0,217	0,730



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

DIREKTORAT PERPUSTAKAAN

Kampus Terpadu Uff Jl. Kaliurang Km. 14,5, Yogyakarta 55584, INDONESIA
Telp: (0274) 898 444 Psw. 2301 - 2324; Fax: (0274) 898 444 Psw. 2091
<http://library.uii.ac.id>; e-mail: perpustakaan@uii.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 1072541693 /Perpus/10-Div.PP/ II/ 2019

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Ismanto**
NIK : **861002112**
Jabatan : **Kepala Divisi Pelayanan Pemakai Direktorat Perpustakaan**

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Zulfatus Sa'diah**
Nomor Mahasiswa : **16913034**
Fakultas / Prodi : **FIAM Magister Study Islam**
Judul Karya Ilmiah : **pengaruh persepsi masalah terhadap perilaku pembelian kompulsif.pdf**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi menggunakan aplikasi Turnitin dengan hasil **18 (Delapan Belas) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 01 Februari 2019

Kepala Divisi Pelayanan Pemakai
Direktorat Perpustakaan

Ismanto

NIK: 861002112

pengaruh persepsi masalah terhadap perilaku pembelian kompulsif

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



Submitted to Universitas Islam Indonesia
Student Paper

10%



eprints.iain-surakarta.ac.id
Internet Source

1%



journal.uii.ac.id
Internet Source

1%



neila.staff.ugm.ac.id
Internet Source

1%



eprints.undip.ac.id
Internet Source

1%



ethosess.in.id
Internet Source

1%



jurnal.bpk.go.id
Internet Source

1%



media.neliti.com
Internet Source

1%



dakwah.unisnu.ac.id



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Internet Source

1%



Submitted to Universitas Terbuka
Student Paper

1%

Exclude quotes

Exclude matches

Exclude bibliography



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

CURRICULUM VITAE

Nama Lengkap : Zulfatus Sa'diah
 Nama Panggilan : Zulfa
 Pekerjaan : Mahasiswa dan Guru
 Nama Ayah : Jemani Hasan
 Nama Ibu : Ida Krisnawati
 Status Keluarga : Anak Kedua
 Tempat dan Tanggal Lahir : Ponorogo, 13 November 1991
 Alamat Email : sadiahzulfatus@gmail.com
 No. HP : 081353350036



Riwayat Pendidikan

Jenjang Pendidikan	Instansi Pendidikan	Tahun Kelulusan
Taman Kanak Kanak	TK Aisyiah Gontor Mlarak PO	1997
Sekolah Dasar	SDN Gontor Mlarak PO	2004
Sekolah Menengah Pertama	Mts Al Islam Joresan Mlarak PO	2007
Sekolah Menengah Atas	ITTC Darussalam Gontor Putri	2010
Strata Satu (S1)	Universitas Darussalam Gontor	2014
Strata Dua (S2)	Universitas Islam Indonesia	Dalam Proses