

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 Konsumsi

Menurut Baudrillard (2019), konsumsi adalah bagaimana manusia dan aktor sosial dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, barang simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka. Berhubungan dengan sesuatu yang dapat memuaskan mereka dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menikmati, menonton, melihat, menghabiskan, mendengar, memperhatikan, dan lainnya. Dengan demikian, tindakan konsumsi tidak hanya dipahami sebagai makan, minum, sandang dan papan saja tetapi juga harus dipahami dalam berbagai fenomena dan kenyataan berikut menggunakan waktu luang, mendengar radio, menonton televisi, bersolek atau berdandan, berwisata, menonton konser, melihat pertandingan olahraga, menonton randai, membeli komputer untuk mengetik tugas kuliah atau mencari informasi, mengendarai kendaraan, membangun rumah tempat tinggal, dan lain sebagainya.

Sedangkan menurut Engel (2020), konsumsi diklasifikasikan menjadi konsumsi subsistensi dan konsumsi mewah. Konsumsi subsistensi merupakan alat-alat konsumsi yang diperlukan (*necessary means of consumption*) atau “yang memasuki konsumsi kelas pekerja”. Dengan

demikian, semua alat-alat konsumsi seperti bahan kebutuhan pokok (sandang, pangan, dan papan) dipandang sebagai konsumsi subsistensi. Sedangkan konsumsi mewah adalah alat-alat konsumsi mewah (*luxury means of consumption*), yang hanya memasuki konsumsi kelas kapitalis, yang dapat dipertukarkan hanya untuk pengeluaran dari nilai surplus, yang tidak diberikan kepada pekerja”.

Dengan demikian semua alat-alat konsumsi seperti sedan mewah BMW atau Mercedes, rumah gedung bagaikan istana, kapal pesiar pribadi, pesawat terbang pribadi dan lainnya yang berhubungan dengan kemewahan dilihat sebagai konsumsi mewah. Selain itu, menurutnya cara dan pola konsumsi seseorang atau kelas merupakan refleksi dari basis infrastruktur ekonominya. Pola konsumsi borjuis akan berbeda dengan pola konsumsi protelar. Perbedaan tersebut dipahami karena adanya basis yang berbeda dari infrastruktur ekonomi yang dimiliki.

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa konsumsi adalah kondisi dimana seseorang dan kebutuhan yang dimilikinya saling berhubungan untuk mendapatkan kepuasan yang dicarinya. Kepuasan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menikmati, menonton, melihat, menghabiskan, mendengar, memperhatikan, dan lainnya. Dalam memenuhi kepuasannya tersebut, jenis konsumsi yang dilakukan seseorang terbagi menjadi konsumsi mewah dan konsumsi subsistensi.

Setiap orang memiliki pola konsumsi yang berbeda, tergantung pada kebutuhan yang dimilikinya. Perbedaan pola konsumsi dapat juga kita lihat pada kehidupan masyarakat di pedesaan dan perkotaan. Dimana konsumsi masyarakat yang tinggal di pedesaan berbeda dengan konsumsi yang dilakukan masyarakat perkotaan, masyarakat pedesaan yang masih memegang teguh adat cenderung memiliki pola konsumsi yang sama

atau tidak jauh berbeda. Sedangkan konsumsi masyarakat perkotaan beragam, hal tersebut disebabkan karena di perkotaan terdiri dari berbagai tipe masyarakat, yang menyebabkan konsumsi yang dilakukannya berbeda-beda.

Fungsi konsumsi adalah suatu persamaan matematik atau suatu grafik yang menunjukkan hubungan di antara tingkat konsumsi rumah tangga dengan pendapatan disposabel atau pendapatan nasional. Apabila dihubungkan dengan pendapatan disposabel fungsi konsumsi biasanya dinyatakan dengan menggunakan persamaan berikut:

$$C = a + b Y_d$$

dimana a adalah konsumsi otonomi, b adalah kecondongan konsumsi marginal, dan Y_d adalah pendapatan disposabel.

2.1.2 Konsumsi Dalam Islam

Secara bahasa, konsumsi berasal dari bahasa Belanda *consumptive* yang berarti suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, barang maupun jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumen adalah individu atau kelompok pengguna barang atau jasa. Jika pembelian ditujukan untuk dijual, maka ia disebut distributor (Aziz, 2019). Kaitannya dengan konsumsi atau makan terhadap barang atau jasa yang dibutuhkan atau inginkan manusia tentu tidak lepas sebagaimana kata *tha'am* dalam al-Qur'an.

Kata ini dalam berbagai bentuknya terulang dalam al-Qur'an sebanyak 48 kali yang antara lain berbicara tentang berbagai aspek berkaitan dengan makanan (konsumsi). Belum lagi ayat-ayat lain yang menggunakan kosa kata selainnya. Perhatian al-Qur'an tentang konsumsi (makanan) sedemikian besar, sampai-sampai terulang terus menerus dengan memerintahkan untuk makan (atau menyebut mengkonsumsi) (Shihab, 2020).

Seperti yang dicontohkan oleh Abudzar yaitu tidak boros tetapi juga tidak menghambat peredaran sumber-sumber ekonomi. QS. al-Isra: 26-27:

وَابْتَغِ الْفَرْدَ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (٢٦) لِلَّذِينَ يُبَذِّرُونَ كَأَنَّهُمْ يُبَذِّرُونَ كَأَنَّهُمْ يُبَذِّرُونَ كَأَنَّهُمْ يُبَذِّرُونَ وَكَانَ الشَّيْطَانُ
لَهُمْ كَفُورًا (٢٧)

Artinya: *Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.* (QS. al-Isra: 26-27).

Konsumsi merupakan suatu hal yang niscaya dalam kehidupan manusia, karena manusia membutuhkan berbagai konsumsi untuk dapat mempertahankan hidupnya. Ia harus makan untuk hidup, berpakaian untuk melindungi tubuhnya dari berbagai iklim ekstrem, memiliki rumah untuk dapat berteduh, beristirahat sekeluarga, serta menjaganya dari berbagai gangguan fatal. Demikian juga aneka peralatan untuk memudahkan menjalani kehidupannya bahkan untuk menggapai prestasi dan prestise (gengsi, pengaruh, wibawa).

Sepanjang hal itu dilakukan sesuai dengan aturan-aturan syara', maka tidak akan menimbulkan problematika. Akan tetapi, ketika manusia memperturutkan hawa nafsunya dengan cara-cara yang tidak dibenarkan oleh agama, maka hal itu akan menimbulkan malapetaka berkepanjangan (Idri, 2019). Secara sederhana, konsumsi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai pemakaian barang untuk mencukupi suatu kebutuhan secara langsung. Konsumsi juga diartikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi (*the use of goods and services in the satisfaction of human wants*).

Menurut Qardhawi (2019), konsumsi adalah pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan manusia hidup aman dan sejahtera. Dalam Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep utilitas melainkan kemaslahatan (mashlahah). Pencapaian mashlahah tersebut merupakan tujuan dari maqashid al-syari'ah (tujuan diturunkannya syariat Islam) (Rianto, 2021). Konsep utilitas sangat subjektif karena bertolak belakang pada pemenuhan kepuasan atau wants, dan konsep mashlahah relatif lebih objektif karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan atau needs.

Mashlahah dipenuhi berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif, maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang ekonomi yang memiliki mashlahah ataupun tidak. Adapun utility ditentukan lebih subjektif karena akan berbeda antara satu orang dengan yang lainnya. Sebagai ilustrasi, suatu pertanyaan "apakah minuman keras mempunyai utilitas?". Maka seorang pemabuk akan mengatakan "ya" dan seorang produsen minuman keras juga akan mengatakan "ya" dengan alasan miras merupakan komoditas yang sangat menguntungkan sehingga dapat memberikan laba maksimum.

Kemudian petugas pajak atau pemerintah juga akan mengatakan "ya", karena minuman keras dapat memberikan pemasukan yang relatif cukup besar, maka pemerintah memberikan izin. Di sisi lainnya, aspek negatif yang ditimbulkan minuman keras lebih besar dari manfaat yang ada. Maka dengan menggunakan kacamata moral dan medis, maka timbul suatu pertanyaan, apakah minuman keras mempunyai mashlahah?" Sudah tentu jawabannya "tidak".

2.1.3 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

2.1.3.1 Pendapatan

Menurut Gusdini *et al.*, (2023) pendapatan adalah bentuk kompensasi atas pekerjaan yang telah dilakukan konsumen. Dimana imbalan tersebut biasanya berupa uang. Tingkat daya beli konsumen dapat digambarkan dari pendapatannya. Dan pendapatan seorang konsumen dihitung tidak hanya berdasarkan pendapatan satu orang saja, tetapi juga berdasarkan pendapatan seluruh anggota keluarga yang tinggal di wilayah tempat tinggal konsumen tersebut. Sedangkan menurut Rionita & Widiastuti (2019) pendapatan adalah suatu penerimaan bagi seseorang atau kelompok dari hasil sumbangan, baik tenaga dan pikiran yang dicurahkan sehingga akan memperoleh balas jasa.

Menurut Muhammad *et al.*, (2016) pendapatan adalah balas jasa yang diterima oleh seseorang atau pegawai. Dan menurut Rapunzel *et al.*, (2017), pendapatan memegang peranan penting dalam menentukan tingkat konsumsi masyarakat. Pendapatan adalah semua hasil moneter atau material lainnya yang diperoleh melalui penggunaan properti atau jasa yang diterima seseorang atau rumah tangga dari aktivitas moneter selama periode jangka waktu tertentu. Menurut Fadhli *et al.*, (2021), *disposable income* adalah pendapatan yang diterima seseorang dan siap dibelanjakan atau dikonsumsi penerima. Penghasilan ini merupakan hak mutlak bagi penerimanya.

Pendapatan rumah tangga dapat didefinisikan sebagai pendapatan dari seluruh anggota rumah tangga yang diperoleh dari sumber-sumber pendapatan. Menurut Badan Perencanaan Pembangunan Kota Surabaya (2004:5-6) hal-hal yang dapat diklasifikasikan sebagai pendapatan rumah tangga antara lain :

1. Pendapatan dalam bentuk upah atau gaji bagi anggota rumah tangga yang bekerja sebagai buruh atau karyawan.
2. Pendapatan lain (laba, sewa) yang diterima oleh anggota rumah tangga yang mempunyai usaha
3. Penerimaan dari sumber lainnya yang diterima oleh anggota rumah tangga, seperti tunjangan pemerintah dan bonus.

Pemenuhan kebutuhan pokok merupakan kewajiban yang harus dilakukan individu melalui upaya-upaya individu itu sendiri. Islam menekankan keadilan distribusi dan menerapkannya dalam program redistribusi pendapatan dan kekayaan sehingga setiap individu mendapatkan jaminan standar kehidupan karena semua orang memiliki hak yang sama dalam kekayaan yang dimiliki masyarakat

Menurut Sistem Neraca Sosial Ekonomi (SNSE) Indonesia, pola pendapatan rumah tangga terdiri dari upah dan gaji, keuntungan usaha rumah tangga yang tidak berbadan hukum dan penerimaan transfer. Selain itu menurut biro pusat statistik, pendapatan terdiri dari:

- 1) Pendapatan Berupa Uang

Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan uang yang sifatnya reguler dan diterima biasanya sebagai balas jasa atau kontra prestasi.

- 2) Pendapatan Berupa Barang

Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan biasa akan tetapi tidak selalu berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang atau jasa.

Menurut Michael P. Tadaro dalam Ikhwani & Hidayati (2015), distribusi pendapatan seseorang dapat ditentukan melalui :

1. Cara memperolehnya, baik itu melalui gaji, uang, tabungan, hadiah dan warisan.
2. Sumber penghasilan atau bidang kegiatannya biasa berupa pertanian, perdagangan dan jasa.
3. Lokasi sumber penghasilan, baik di kota atau di desa.

Menurut BPS tahun 2013 yang dikutip oleh Rionita & Widiastuti (2019), pendapatan berdasarkan penggolongannya terdiri dari:

1. Golongan pendapatan sangat rendah yakni apabila pendapatan rata-rata dibawah atau kurang dari Rp 1.500.000 perbulan
2. Golongan pendapatan sedang, yakni apabila pendapatan rata-rata antara Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 perbulan
3. Golongan pendapatan tinggi, yakni apabila pendapatan rata-rata antara Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 perbulan
4. Golongan pendapatan sangat tinggi, yakni apabila pendapatan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000 perbulan

Menurut Susanti & Saputro (2022) tingkat konsumsi memberikan gambaran tingkat kemakmuran seseorang atau suatu masyarakat. semakin tinggi tingkat konsumsi, semakin sejahtera seseorang. Sebaliknya semakin rendah tingkat konsumsi, berarti semakin miskin. Untuk dapat mengkonsumsi seseorang harus

mempunyai pendapatan. Apabila pendapatan meningkat, seseorang dapat mengkonsumsi barang dalam jumlah yang lebih banyak, namun tidak semua pendapatan digunakan untuk konsumsi akan tetapi bagi seseorang yang memiliki kelebihan pendapatan setelah konsumsi akan digunakan untuk menabung.

2.1.3.2 Religiusitas

Religiusitas adalah identifikasi lengkap seseorang dengan Tuhan sebagai Pencipta, yang tercermin dalam perilaku individu sehari-hari. Religius adalah perilaku keteladanan dalam menjalankan perintah Allah SWT dan konsisten menjadikan perintah Allah SWT sebagai sumber inspirasi dalam pengembangan ilmu dan pelayanan (Taswiyah & Najmudin, 2017). Menurut Rahmat *et al.*, (2020), merupakan sebagai keberagamaan, yang berarti adanya unsur internalisasi agamanya dengan dirinya.

Sedangkan menurut Hayati *et al.*, (2019), agama berperan penting dalam perkembangan moral karena nilai-nilai moral yang bersumber dari agama akan tetap ada dan bersifat universal. Ketika dihadapkan pada suatu masalah, maka seseorang akan memberikan solusi berdasarkan nilai-nilai moral yang bersumber dari agama. Dimanapun orang itu berada dan diposisi manapun mereka berada, dia akan memegang prinsip moral yang telah ditanam dalam hati nuraninya.

Menurut Miatun & Santoso (2020), Religiusitas sebagai keberagamaan yang berarti meliputi berbagai macam sisi atau dimensi yang bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Sumberkeagamaanadalah rasa ketergantungan yang mutlak (*sense of depend*). Ketakutan-ketakutan akan ancaman

lingkungan alam sekitar serta keyakinan manusia tentang segala keterbatasan dan kelemahannya.

Rasa ketergantungan yang mutlak, membuat manusia mencari kekuatan sakti dari sekitarnya yang dapat dijadikan kekuatan pelindung dalam kehidupannya dengan kekuatan yang berada diluar dirinya yaitu Tuhan. Menurut Glock dan Stark yang dikutip oleh Taswiyah & Najmudin (2017), ada 5 unsur atau 5 aspek dalam dimensi religiusitas :

1) Dimensi Keyakinan (*Ideologis*)

Yaitu dimensi ini berisi pengharapan dimana orang yang religius berpegang teguh pada pandangan ideologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut.

2) Dimensi Praktik Agama

Yaitu dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.

3) Dimensi Pengalaman (*Experensial*)

Yaitu dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau diidentifikasi oleh suatu kelompok keagamaan atau suatu masyarakat yang melihat komunikasi walaupun kecil dalam suatu esensi ketuhanan yaitu dengan Tuhan.

4) Dimensi Pengetahuan Agama (*Intelektual*)

Yaitu sejauh mana individu mengetahui, memahami tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada dalam kitab suci dan sumber lainnya.

5) Dimensi pengamalan (konsekuensi)

Yaitu sejauh mana perilaku individu dimotivasi oleh ajaran agamanya didalam kehidupan sosial.

2.1.3.3 Perilaku Konsumtif

Menurut Hasan (2020), konsumsi diartikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Secara alami, perilaku konsumtif adalah aktivitas yang mengurangi atau memberikan nilai suatu elemen atau layanan. Faidah *et al.*, (2018) menyebutkan bahwa, perilaku konsumtif adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, menurut Rahmat *et al.*, (2020), seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan lingkungan sekitar. Faktor internal meliputi kebutuhan dan motivasi, pengetahuan atau pendidikan, sikap, pengolahan informasi serta persepsi, konsep diri, proses belajar, kepribadian dan agama. Faktor internal seperti pengetahuan atau tingkat pendidikan menjadi salah satu faktor penting, dimana semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin bijaksana dan cerdas perilakunya, terutama perilaku dalam mengkonsumsi suatu barang.

Sedangkan menurut pendapat lain yakni menurut Rionita & Widiastuti (2019), perilaku konsumtif adalah tindakan individu dalam menggunakan barang atau jasa dimana seorang konsumen harus bertindak bijaksana dalam

mempergunakan atau membelanjakan uangnya dengan cara bertindak ekonomis yakni dengan mempertimbangkan hasil dan pengorbanan yang telah dilakukan. Ada tiga nilai dasar yang menjadi fondasi dalam perilaku konsumtif masyarakat muslim menurut Harahap & Alfadri (2022), yaitu:

- 1) Keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk hari akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi.
- 2) Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki.
- 3) Kedudukan harta merupakan anugerah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk. Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup apabila diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar.

Perilaku konsumtif seseorang dapat bersifat positif ataupun negatif. Perilaku konsumsi yang dapat dikatakan positif apabila individu tersebut lebih mengutamakan dorongan rasional dalam menentukan produk mana yang akan dikonsumsi. Sedangkan perilaku konsumsi yang negatif apabila individu tersebut menggunakan dorongan emosional semata dalam memilih produk yang akan dibelinya. Menurut Susilowati & Sudarno (2018), perilaku konsumtif dapat dibedakan berdasarkan tindakan-tindakan sebagai berikut:

- 1) Tindakan dalam memilih produk, yang berkaitan dengan penentuan karakteristik produk antara lain kualitas, merek, bentuk, pelayanan, mode, manfaat produk

serta lainnya yang dapat menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut.

- 2) Tindakan dalam memilih penjual, dalam hal ini berkaitan dengan penentuan tempat untuk memperoleh produk yang dibutuhkan atau diinginkan seperti apakah konsumen lebih memilih membeli produk di toko yang bermerek.
- 3) Tindakan dalam memilih harga yang berkaitan dengan harga yang ditawarkan apakah sesuai dengan kondisi keuangan konsumen atau tidak. pilihan harga juga berkaitan dengan potongan harga yang diterapkan oleh produsen.
- 4) Jumlah pembelian, berkaitan dengan kuantitas dari mengkonsumsi atau membeli suatu produk dimana jumlah pembelian dapat mengukur perilaku konsumsi seseorang.
- 5) Jenis produk yang dikonsumsi dimana perilaku konsumsi seseorang juga dapat diukur berdasarkan kecenderungan konsumen untuk mengkonsumsi jenis produk makanan atau non makanan.

Tinjauan mengenai perilaku konsumtif yang dikutip oleh Aprillia (2016), perilaku konsumtif dipengaruhi faktor internal antara lain motivasi, sikap hidup, pendapatan. Sedangkan faktor eksternal dipengaruhi lingkungan sosial ekonomi, besar kecilnya keluarga, kebudayaan, tinggi rendah pendidikan dan harga. Selain itu pemahaman konsumsi dapat dilihat dari perilaku konsumtif dalam membeli dipengaruhi beberapa faktor antara lain faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor pribadi meliputi umur dan tahapan siklus, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, keyakinan dan sikap.

Menurut Putriani & Shofawati (2015), konsumsi merupakan cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan yang baik dan tepat agar kekayaan bisa dimanfaatkan kepada jalan yang sebaik mungkin untuk masyarakat banyak. Perilaku konsumtif seperti ibu rumah tangga muslim harus memperhatikan:

- 1) Penggunaan barang-barang yang bersih dan bermanfaat
- 2) Kewajaran dalam membelanjakan harta
- 3) Sikap sederhana dan adil
- 4) Sikap kemurahan hati dan moralitas yang tinggi
- 5) Mendahulukan kebutuhan yang lebih prioritas

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul	Nama Jurnal	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Najib Murobbi, Abdul Mujib Arijuddin (2023)	Analisis Tingkat Pendidikan, Pendapatan dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumen Muslim di Kota Tangerang	Jurnal Pendidikan Tambusai	Variabel Dependen: Perilaku Konsumen Variabel Independen: Tingkat Pendidikan, Pendapatan dan Religiusitas	1) Tingkat pendidikan berpengaruh tidak signifikan bagi perilaku konsumen masyarakat muslim di Kota Tangerang. 2) Tingkat Pendapatan berpengaruh tidak signifikan

					bagi perilaku konsumen masyarakat muslim di Kota Tangerang. 3) Tingkat Religiusitas berpengaruh signifikan bagi perilaku konsumen masyarakat muslim di Kota Tangerang.
2.	Abdul Rahman & M. Fiqri (2019)	Pengaruh Pendidikan, Pendapatan dan Konsumsi Terhadap Kemiskinan Masyarakat Migran di Kota Makassar	Jurnal <i>EcceS (Economics, Social, and Development Studies)</i>	Variabel Dependen: Perilaku Konsumen Variabel Independen: Pendidikan, Pendapatan dan Konsumsi	1) Pendidikan tidak berpengaruh signifikan dan berpengaruh negatif terhadap konsumsi masyarakat migran di kota makassar. 2) Pendapatan berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi masyarakat migran di Kota Makassar. 3) Konsumsi tidak

					berpengaruh signifikan dan berpengaruh negatif terhadap tingkat kemiskinan masyarakat migran di Kota Makassar.
3.	ZulfaniSesm iarni (2019)	Pengaruh Pendapatan dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Islam (Analisa Pada Rumah Tangga Muslim Kota Bukittinggi)	Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam	Variabel Dependen: Perilaku Konsumen Variabel Independen: Pendapatan dan Religiusitas	Perilaku konsumsi rumah tangga muslim di kota Bukittinggi tergolong Islami, dimana ini ditunjukkan dengan hasil deskripsi. Dan dari penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendapatan terhadap perilaku konsumsi muslim di kota Bukittinggi. Variabel religiusitas terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam rumah tangga muslim di kota Bukittinggi. Serta secara simultan

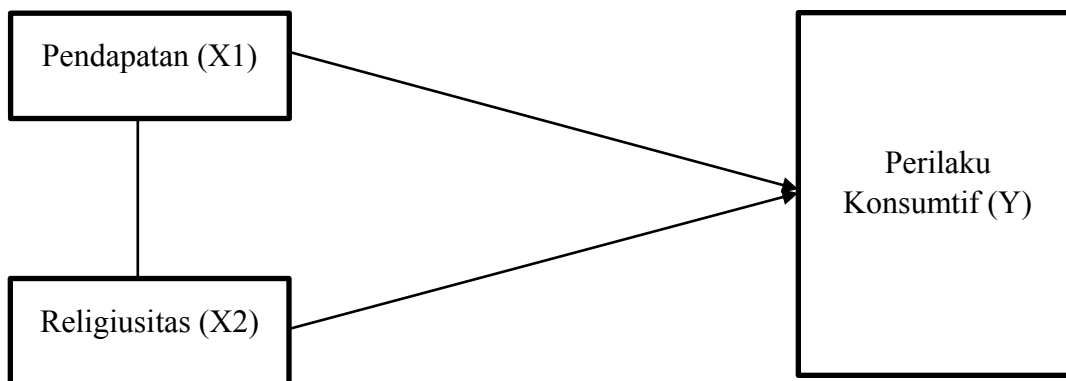
					variabel pendapatan dan religiusitas dapat mempengaruhi perilaku konsumsi Islami rumah tangga muslim di kota Bukittinggi.
4.	Sela Vitria Susilowati, Mintasih Indriayu, Sudarno (2018)	Pengaruh Pendidikan Konsumen dan Tingkat Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS	Jurnal Pendidikan dan Ekonomi (JUPE)	Variabel Dependen: Perilaku Konsumen Variabel Independen: Pendidikan konsumen dan tingkat pendapatan orang tua	1) Pendidikan Konsumen berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS 2) Tingkat Pendapatan Orang Tua tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS
5.	Nurlaila Hanum (2017)	Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas	Jurnal Samudra Ekonomika	Variabel Dependen: Perilaku Konsumen Variabel	Tingkat pendapatan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa

		Samudra di Kota Langsa		Independen: Pendapatan	UNSAM.
--	--	---------------------------	--	---------------------------	--------

2.3 Kerangka Konseptual

Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Berdasarkan gambar diatas, dapat dijelaskan bahwa pada penelitian ini ada dua variabel independen yaitu tingkat pendapatan (X1) dan religiusitas (X2) dan memiliki variabel dependen yaitu perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim (Y).

2.4 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hubungan antara Pendapatan (X1) dan Perilaku Konsumtif (Y)

Ho : Tidak ada pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Ibu
Rumah Tangga Muslim di Kota Medan.

Ha : Ada pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah

Tangga Muslim di Kota Medan.

2. Hubungan antara Religiusitas (X2) dan Perilaku Konsumtif (Y)

Ho : Tidak ada pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Ibu
Rumah Tangga Muslim di Kota Medan.

Ha : ada pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah
Tangga Muslim di Kota Medan.

3. Hubungan antara Pendapatan (X1), Religiusitas (X2) dan Perilaku Konsumtif (Y)

Ho : Tidak ada pengaruh Pendapatan dan Religiusitas terhadap Perilaku
Konsumtif Ibu Rumah Tangga Muslim di Kota Medan.

Ha : ada pengaruh Pendapatan dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif
Ibu Rumah Tangga Muslim di Kota Medan.