LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMSI ISLAMI MAHASISWA PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO ANGKATAN 2016/2017

SKRIPSI

Oleh

AISA LALAGA
911 414 118

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I	Pembimbing II
Dra. Irina Popoi, M.Pd	Agil Bahsoan, S.Ag, M.Ag
Nip. 19600228 199803 2 001	Nip. 19761122 200604 1 003

Mengetahui
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Dr. H. Usman Moonti, M.si
Nip. 19591120 198602 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMSI ISLAMI MAHASISWA PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO ANGKATAN 2016/2017

SKRIPSI

OLEH:

AISA LALAGA
NIM : 911 414 118

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari / Tanggal : Jumat, 20 Juli 2018

Waktu : 10.00 s/d selesai

1. Dr. H. Rosman Ilato, M.Pd — 1. (.....)
   Nip. 19600423 198603 1 001
2. Rustam Tohopi, S.Pd., M.Si — 2. (.....)
   Nip. 19790324 200812 1 001
3. Dra. Irina Popoi, M.Pd — 3. (.....)
   Nip. 19600228 199803 2 001
4. Agil Bahsoan, S.Ag, M.Ag — 4. (.....)
   Nip. 19761122 200604 1 003

Gorontalo, 20 Juli 2018
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Gorontalo

Imran R. Hambali, S.Pd, SE, MSA
NIP. 19700823199903 1 005

ABSTRAK

AISA LALAGA, 911 414 118. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo". Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah bimbingan **Ibu Dra. Irina Popoi, M.Pd selaku pembimbing I dan Bapak Agil Bahsoan, S.Ag, M.Ag selaku pembimbing II.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi Islami antara lain faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel diambil sebanyak 55 mahasiswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kebudayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami, faktor pribadi dan faktor psikologi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami, sedangkan faktor sosial secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami. Secara simultan variabel Faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami mahasiswa Fakultas ekonomi.

Kata Kunci : Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial Faktor Pribadi, Faktor Psikologi Perilaku Konsumsi Islami.

ABSTRACT

AISA LALAGA, 911 414 118. " Factors Affecting Behavior Of Students' Islamic Consumption at Faculty of Economics, Universitas Negeri Gorontalo". Department of Economic Education Faculty of Economics Universitas Negeri Gorontalo. Principil Supervisor: **Dra. Irinan Popoi, M.Pd** Co-supervisor : **Agil Bahsoan S. Ag., M.Ag**.

The purpose of this study is to determine the factors that influence the behavior of Islamic consumption, which are cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors.

This quantitative method involved 55 students as the sample of the research.

The results indicate that cultural factors partially have a positive and significant influence on the behavior of Islamic consumption. Meanwhile, personal and psychological factors do not show thw significant positive effect on the behavior of Islamic consumption. Moreover, social factors partially do not have a significant effect. Simultaneously variable cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factora have a positive and significant impact on the behavior of students' Islamic consumption at Faculty of Economics.

Keywords : Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors, Behavior of Islamic consumption.

BAHASA HAYA SK MENTERI HUKUM & HAM RI NO. AHU-0009643.AH.01.07.2017 IDEAS IN TRANSLATION