

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor kebudayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo angkatan 2016/2017. Hal ini dapat dibuktikan melalui analisis regresi sederhana diperoleh t-hitung t-hitung sebesar 3,619 yang berarti lebih besar dari t-tabel 2,008 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi α 0,05 atau diatas tingkat kepercayaan >95%.
2. Faktor sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo angkatan 2016/2017. Hal ini dapat dibuktikan melalui analisis regresi sederhana diperoleh nilai t-hitung sebesar -0,385 yang berarti lebih kecil dari t-tabel 2,008 dengan nilai signifikansi sebesar 0,702 yang berarti lebih besar dari tingkat signifikansi α 0,05.
3. Faktor pribadi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo angkatan 2016/2017. Hal ini dapat dibuktikan melalui analisis regresi sederhana diperoleh nilai t-hitung sebesar 0,911 yang berarti lebih kecil dari t-tabel 2,008 dengan nilai

signifikansi sebesar 0,367 yang berarti lebih besar dari tingkat signifikansi α 0,05.

4. Faktor Psikologi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo angkatan 2016/2017. Hal ini dapat dibuktikan melalui analisis regresi sederhana diperoleh nilai t-hitung sebesar 0,606 yang berarti lebih kecil dari t-tabel 2,008 dengan nilai signifikansi sebesar 0,547 yang berarti lebih besar dari tingkat signifikansi α 0,05.
5. Faktor Kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo angkatan 2016/2017. Hal ini dapat dibuktikan melalui analisis regresi berganda didapatkan nilai F-hitung sebesar 5,945 yang lebih besar daripada F-tabel sebesar 2,56 dengan nilai *probability* sebesar 0,001 atau lebih kecil dari 0,05

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel mahasiswa yang tersebar di Fakultas Ekonomi pada Jurusan Pendidikan Ekonomi dan Akuntansi, akan lebih baik jika penelitian sampel berasal dari beberapa fakultas sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.

2. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
3. Penelitian ini hanya meneliti faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami. Masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi Islami misalnya : faktor lingkungan yang meliputi kondisi ekonomi, politik, budaya, dan teknologi, serta faktor situasional.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Mahasiswa

Lebih ditingkatkan pemahaman agamanya dengan diberikan pendidikan agama baik dalam pendidikan formal maupun non formal. Sehingga dapat membantu pembentukan karakter yang islami. Dan dapat terbentuk pula perilaku konsumsi yang islami

2. Dosen

Selama proses belajar mengajar dosen dapat menanamkan pesan moral terkait perilaku konsumsi islami.

3. Penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi

Islami, misalnya Faktor lingkungan meliputi kondisi ekonomi, politik, dan teknologi, dan faktor situasional. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti perilaku konsumsi Islami, misalnya dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperdalam hasil penelitian, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- An-nawawi, imam. 2001. *Syarah Arba'in An nawawi*. Yogyakarta : Media hidayah.
- Endang, Soesilowati (2010). "Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global Perilaku Konsumen Muslim Dalam Konsumsi Makanan Halal." Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi (LIPI).
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Semarang. Universitas Diponegoro
- Husaini Fauzan, 2016. Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim Di DIY Terhadap Makanan Halal. *Skripsi*. State Islamic University Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Kuncoro dan Ridwan. 2014. *Path Analysis*. Bandung : Alfabeta
- Kurniati. 2015. Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Juni 2016 / 1437 H, Vol VI, No. 1 :45-52*.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran edisi 12*. Jakarta : PT. INDEKS
- Lisma Niati dan Agung Haryono. 2016. Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012). *JPE-Volume 9, Nomor 1, 2016*.
- Malik, Kulsoom, M.M.S. Khan. 2016. Islamic Branding And Marketing: An Insight Of Consumer Perception In Pakistan. *The Journal of Developing Areas. Special Issue on Kuala Lumpur Conference Held in November 2015. Volume 50 No. 5 2016*.
- M. Rozalinda. 2014. *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta : Raja Grafindo
- Nasution, Mustafa Edwin, Nurul Huda, dkk. 2006. *Pengenalan Eksklusif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta : Kencana Prenada Group.
- Sarwono. 2009. Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Inovasi Pertanian Vol.8, No. 1, 2009 (41 -53)*.
- Sangadji, Etta Maman dan Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET

- Sitepu,Novi Indriyani. 2016. Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam.Vol. 2 Nomor 1, Maret 2016.ISSN. 2502-6976*
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugioyono.2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sukardi.2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta : Bumi Aksara
- Syaparuddin.2011. Prinsip-Prinsip Dasar Al-Qur'an Tentang Perilaku Konsumsi. *Ulumuna, Volume XV Nomor 2 Desember 2011*.
- Wahyuni Endang Tri, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pgrri Yogyakarta, *Jurnal AKMENIKA Edisi ke 4*
- Wani,Tahir Ahmad dan Islamia,Jamia Millia.2013. Buying Behaviour - An Islamic Perspective: An Analysis Of An Ideal Muslim Buying Behaviour. *International Journal Of Research In Commerce & Management. VOLUME NO. 4 (2013), ISSUE NO. 10 (OCTOBER). ISSN 0976-2183*