

Table Of Content

Journal Cover 2
Author[s] Statement 3
Editorial Team 4
Article information 5
 Check this article update (crossmark) 5
 Check this article impact 5
 Cite this article 5
Title page 6
 Article Title 6
 Author information 6
 Abstract 6
Article content 7



IJIS

INDONESIAN JOURNAL OF ISLAMIC STUDIES

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Eni Fariyatul Fahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

Managing Editor

Imam Fauji, Ph.D, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

Editors

Dr Adi Bandonu, Sekolah Tinggi Teknologi Angkatan Laut, Indonesia ([Scopus](#))

Pro. Dr. Isa Anshori , Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya , Indonesia ([Scopus](#))

Wawan Herry Setyawan, Universitas Islam Kediri, Indonesia ([Scopus](#))

M. Bahak Udin By Arifin, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Dr. Nurdyansyah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Dr. Istikomah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Religiosity's Influence on Money Attitude, Self-Control, and Income in Shaping Consumptive Behavior: A Quantitative Analysis

Pengaruh Religiusitas pada Sikap terhadap Uang, Kendali Diri, dan Pendapatan dalam Membentuk Perilaku Konsumtif: Analisis Kuantitatif.

Nadhita Bhela Hartiningsih, wisnu.setiyono@umsida.ac.id, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wisnu Panggah Setiyono, wisnu.setiyono@umsida.ac.id, (1)

, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study employs a quantitative approach to investigate the impact of money attitude, self-control, and income level on consumptive behavior, with religiosity as a moderating variable. Using Likert scale data collection and Partial Least Squares (PLS) analysis, our findings reveal that money attitude and self-control positively influence consumptive behavior, while income level has a significant effect. Notably, religiosity moderates the relationship between self-control and consumptive behavior. These results shed light on the intricate interplay between individual financial attitudes, self-control, religiosity, and income level, providing valuable insights for researchers and policymakers seeking to understand and mitigate consumer behavior patterns.

Highlights:

- Money Attitude and Self-Control Influence Consumption: Money attitude and self-control are significant factors shaping consumer behavior.
- Religiosity as a Moderator: Religiosity plays a moderating role in the relationship between self-control and consumptive behavior.
- Implications for Policy and Research: These findings offer insights for policymakers and researchers studying financial behavior and its societal implications.

Keywords: Consumptive Behavior, Money Attitude, Religiosity, Self-Control, Income Level

Published date: 2023-09-07 07:18:04

PENDAHULUAN

Kehidupan dengan perilaku konsumtif melanda masyarakat dari berbagai lapisan usia, jenis kelamin maupun status sosial. Kelompok usia yang paling menunjukkan perilaku konsumtif ialah kelompok remaja. Menurut Santrock, pada masa remaja, individu akan cenderung menyukai berbagai hal baru yang cukup menantang bagi dirinya, hal tersebut karena remaja berupaya untuk mencapai kemandirian dan menemukan jati dirinya [1], [2].

Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Pola perilaku konsumtif yang dimaksud di sini yakni pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata [3], [4]. Mahasiswa dengan perilaku konsumtif cenderung melakukan penyesuaian diri secara berlebihan hanya untuk memperoleh pengakuan secara social. Banyak pengaruh tidak baik yang mempengaruhi perilaku mahasiswa sehingga tidak lagi mendorong ke arah prestasi, melainkan ke arah pembentukan diri yang berlebihan hanya karena gengsi, sikap ingin pamer dan alasan-alasan yang kurang penting lainnya. Mahasiswa yang hidup dengan perilaku konsumtif sebaiknya diimbangi dengan kemampuan finansial yang memadai. Dikhawatirkan akan terjadi masalah jika perilaku konsumtif meningkat sedangkan kemampuan finansial tidak mendukung. Dalam hal ini uang merupakan motif yang kuat dalam mempengaruhi perilaku konsumen, dari sikap terhadap penggunaan uang (money attitude) seseorang dapat menjadikan dirinya menjadi berperilaku konsumtif atau tidak konsumtif [5], [6].

Self control (Kontrol Diri) adalah kemampuan dalam mengendalikan atau mengontrol tingkah laku seseorang yang termasuk salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli. *Self control* merupakan kemampuan seseorang individu dalam mengendalikan, menyuntun, menahan dan membimbing agar memiliki perilaku yang berpengaruh positif agar seseorang tidak menyesali hal yang sudah dilakukan akibat tidak bisa menahan diri.

Kemampuan ini dapat menentukan pada tingkah laku yang berdasarkan pada moral, norma aturan yang akan ditunjukkan yang sengaja maupun tidak terhadap masyarakat agar tertuju pada sifat yang positif. Mahasiswa yang mampu mengontrol diri yang tinggi lebih cenderung mengarahkan perilakunya yang positif, pola berpikir yang baik serta fokus dengan hal yang bermanfaat dan menentukan keputusan secara matang atau tidak tergesa-gesa dalam mengambil keputusan [7]-[9].

Money attitude adalah cara pandang atau sikap seseorang terhadap uang. Psikologi telah memanfaatkan uang dan perilaku uang sebagai alat ukur dalam penyelidikan fenomena psikologis [10]. Pendapatan merupakan suatu bentuk dari peningkatan dari individu berkontribusi pada suatu hal yang bisa disebut dengan bekerja yang dilakukan seseorang dalam mencapai target atau tujuan tertentu sehingga setelah selesai mengerjakan kegiatan tersebut maka akan mendapatkan benefit atas usahanya. Benefit yang dimaksud merupakan mendapatkan gaji, upah, bonus, tunjangan dan beberapa hal lainnya [11]. Aset yang dimiliki menghasilkan uang sebagai pendapatan dan dari situlah pengeluaran hidup kita dibiayai [12].

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Perilaku konsumtif sendiri terkesan tidak memiliki manfaat yang baik bagi pelakunya, karena selain dapat menguras pendapatan tetapi juga menimbulkan sifat boros. Tingkat pendapatan juga berpengaruh terhadap tingkat konsumsi seseorang [13], [14]. Bila pendapatan seseorang meningkat, konsumsi juga akan ikut meningkat, sebaliknya apabila pendapatan menurun maka konsumsi juga akan menurun. Konsumsi setiap orang dapat berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pendapatan. Pendapatan yang berbeda-beda merupakan penentu utama konsumsi. Bahkan beberapa orang yang memiliki pendapatan sama, konsumsinya bisa berbeda. Seseorang akan terus menambah proporsi konsumsinya sebanding dengan tingkat pertambahan dari penghasilan yang diterimanya sampai batas tertentu, penambahan pendapatan tidak lagi menyebabkan bertambahnya jumlah makanan yang dikonsumsi karena pada dasarnya kebutuhan manusia akan makanan mempunyai titik jenuh. Sehingga terdapat kecenderungan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin berkurang persentase pendapatan yang dibelanjakan untuk makanan [15].

Pengaruh tingkat pendapatan terhadap tingkat konsumsi mempunyai hubungan yang erat, pendapatan merupakan jumlah keseluruhan uang yang diperoleh oleh seseorang atau rumah tangga dalam kurun waktu tertentu. Pendapatan bagi mahasiswa diperoleh dalam bentuk uang saku atau uang kiriman yang berasal dari orang tua atau saudara, beasiswa dan bekerja sambil kuliah. Sebagian dari mahasiswa menghabiskan pendapatan yang dimiliki untuk memenuhi gaya hidup, sementara tidak ada bagian pendapatan yang ditabung. Pada dasarnya kebutuhan setiap mahasiswa hampir sama. Adapun hal yang membedakannya adalah pemenuhan kebutuhan sekunder. Ketika mahasiswa yang berasal dari keluarga mampu selalu memperoleh fasilitas yang diperlukan dari orang tuanya, maka mahasiswa juga akan berusaha memperoleh apa yang diterima mahasiswa lain. Namun, demi pengakuan eksistensi dan kepentingan gengsi, maka mereka juga akan mengikuti apa yang mahasiswa lainnya lakukan.

Religiusitas tidak dapat dipisahkan dari perilaku konsumtif, dimana peranan religius menjadi penting sebagai kontrol karena religiusitas memberikan cara pandang tentang menjalani hidup yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia [16], [17].

Penelitian tentang pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif belum begitu banyak dilakukan sehingga penulis termotivasi untuk menguji hubungan dari variabel ini, dari penelitian yang dilakukan oleh Nor Asiah [18], hasil penelitiannya menyatakan bahwa agama memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim. Umat Islam di Bangi Selangor Malaysia mempertimbangkan Islam sebagai sumber referensi dalam konsumsi, mereka memenuhi kebutuhan mereka secara sederhana, seperti yang diperintahkan Allah dalam Al- Qur'an. Kemudian Anton Bawono [19] mengungkapkan bahwa tingkat konsumsi seorang muslim di Yogyakarta masih tergolong rasional dan tidak berlebihan. Salah satu penyebab rasionalnya konsumsi seorang muslim adalah tingkat religiusitas, sehingga konsumsinya tidak berlebihan.

Penelitian yang dilakuka oleh Muhammad Reza Hermanto [20] yang mengungkapkan bahwa selain pendapatan, dan usia, religiusitas juga mempengaruhi konsumsi seseorang, dimana semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan semakin sedikit barang yang dikonsumsi, karena seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan menerapkan prinsip hidup sederhana seperti yang dianjurkan dalam Islam. Kemudian, Yolanda Hani Putriani [21] juga menemukan hasil yang sama bahwa mahasiswa yang memiliki religiusitas yang Islami memiliki pola perilaku konsumsi yang juga Islami, dalam memilih makanan yang halal dan baik.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Untuk mengetahui pengaruh money attitude, self control, dan tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumtif dengan religiusitas sebagai variable moderating. Berdasarkan tujuan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dapat dirumuskan untuk penelitian ini sebagai berikut :

H1 : Money Attitude berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumtif.

H2 : Self control berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumtif.

H3 : Tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumtif.

1) Money Attitude (X1)

Money Attitude adalah cara pandang atau sikap seseorang terhadap uang. Psikologi telah memanfaatkan uang dan perilaku uang sebagai alat ukur dalam penyelidikan fenomena psikologis [22]. Sikap terhadap uang menunjukkan bahwa uang memiliki banyak arti sesuai dengan tingkat pemahaman dan kepribadian seseorang diantaranya uang menjadi bagian penting dalam kehidupannya, sumber rasa hormat, kualitas hidup, kebebasan dan bahkan kejahatan. Sikap terhadap uang adalah hal-hal yang akan berdampak pada semua bidang yang termasuk dalam kehidupan seseorang. Kebiasaan menabung, belanja, penampilan dari sebuah pekerjaan, ideologi yang berlebihan. Berdasarkan dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa definisi sikap terhadap uang ialah wujud perilaku seseorang sebagai hasil evaluasi terhadap manfaat kepemilikan, kegunaan dan makna simbolis dari uang yang mempengaruhi perilaku pembelian dari individu.

2) Self Control (X2)

Self control (Kontrol Diri) adalah kemampuan dalam mengendalikan atau mengontrol tingkah laku seseorang yang termasuk salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli [13]. *Self control* (kontrol diri) juga diartikan sebagai aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku yang berarti melakukan pertimbangan-pertimbangan sebelumnya untuk memutuskan dalam bertindak. kontrol diri menyadarkan individu terhadap konsekuensi bahaya atas tindakan yang dilakukan sehingga dapat mengontrol emosinya. Ketika seseorang dapat mengontrol dengan baik emosinya dan mengontrol diri dengan baik maka seseorang tersebut dapat mengelola keuangan dengan baik.

3) Tingkat Pendapatan (X3)

Tingkat pendapatan merupakan perbedaan total penerimaan dan pengeluaran masyarakat pada periode tertentu dimana jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksinya yang telah disumbangkan [23]. Pendapatan merupakan suatu bentuk dari peningkatan dari individu berkontribusi pada suatu hal yang bisa di sebut dengan bekerja yang dilakukan seseorang dalam mencapai target atau tujuan tertentu sehingga setelah selesai mengerjakan kegiatan tersebut maka akan mendapatkan benefit atas usahanya. Benefit yang dimaksud merupakan mendapatkan gaji, upah, bonus, tunjangan dan beberapa hal lainnya.

4) Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Perilaku konsumtif sendiri terkesan tidak memiliki manfaat yang baik bagi pelakunya, karena selain dapat menguras pendapatan tetapi juga menimbulkan sifat boros [14].

5) Religiusitas (M)

Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas

dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam [18].

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan jenis penelitian asosiatif. Lokasi penelitian dilakukan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Jl. Mojopahit No.666 B, Sidowayah, Celep, Kec.Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 6121. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu money attitude (X1), self control (X2) dan tingkat pendapatan (X3). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif (Y) dan variabel moderating dalam penelitian ini adalah religiusitas (Z). Populasi pada penelitian ini adalah meliputi seluruh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo prodi Manajemen. Sampel pada penelitian ini diambil secara simple random sampling. Berdasarkan perhitungan, sampel yang menjadi responden pada penelitian ini menjadi 96 responden. Data primer ini diperoleh secara langsung yang bersumber dari jawaban kuisioner responden. Sumber data di ambil dari responden Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Teknik pengumpulan data menggunakan skala likert. Teknik analisis data ini merupakan jawaban dari rumusan-rumusan masalah yang akan meneliti dari masing-masing variabel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan PLS (Partial Least Square) dan menggabungkan dengan indikator-indikator di setiap variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya data yang terkumpul dilakukan analisis inner moder, outer model dan weight relation. Pengujian hipotesis di dalam penelitian ini yaitu dengan cara menilai T-statistik dan R-square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dapat di tunjukkan pada tabel 4.1 sebagai berikut :

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Laki-laki	40	41,7%
Perempuan	56	58,3%
Total	96	100%

Table 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari tabel di atas diketahui bahwa dari 96 Responden, terdiri dari responden laki-laki sebanyak 40 Orang atau sebesar 41,7%. Sedangkan reponden perempuan persentasenya mencapai 58,3% atau sebanyak 56 responden. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini lebih banyak berjenis kelamin Perempuan daripada Laki-laki.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usi pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Presentase (%)
≤ 20 Tahun	19	19,8%
21-22 Tahun	48	49%
23-24 Tahun	20	20,8%
≥ 25 Tahun	9	10,4%
Total	96	100%

Table 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa 96 Responden, dinyatakan bahwa responden yang berusia 21-22 tahun dengan peresentase tertinggi yaitu 49% dengan jumlah 48 Orang, kemudian responden yang berusia 23-24 tahun berjumlah 20 orang dengan persentase 20,8%, kemudian responden yang berusia ≤20 tahun memiliki presentase 19,8% dengan jumlah 19 orang, dan responden yang berusia ≥ 25 tahun memiliki persentase terendah yaitu 10,4% dengan jumlah 9 orang.

Va liditas Konvergen (Conevergen Validity)

Berdasarkan hasil dari analisis maka dapat disimpulkan bahwa ada 8 indikator dari Money attitude, 6 indikator dari Self control, 8 indikator dari Tingkat Pendapatan dan 8 indikator dari Perilaku Konsumtif dengan 6 indikator Religuitas sebagai Variabel Moderating. Terdapat 3 indikator yang tidak valid dimana nilai factor loading lebih kecil dari 0,7. Oleh karena itu, dari 3 indikator tersebut harus dihapus dari model. Berikut output dari nilai faktor loading setelah 19 indikator yang tidak valid tersebut dihapus. Selanjutnya, pada outer loadings menunjukkan indikator yang telah dimodifikasi dari masing-masing variabel yaitu Money attitude, Self control, dan Tingkat Pendapatan Financial Attitude, Pendapatan dan Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating memiliki nilai outer loadings yang lebih besar dari 0.7. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara skor item / indikator penelitian dengan construct memiliki ukuran reflektif yang tinggi. Sehingga indikator dalam penelitian bisa dinyatakan valid sebagai pengukur variabel latennya.

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Berikut ini adalah hasil ujian validitas data dengan uji validitas diskriminan.

	Crocnbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0.949	0.953	0.960	0.798
X1*Z	1.000	1.000	1.000	1.000
X2	0.918	0.925	0.936	0.709
X2*Z	1.000	1.000	1.000	1.000
X3	0.921	0.924	0.935	0.643
X3*Z	1.000	1.000	1.000	1.000
Y	0.937	0.942	0.948	0.695
Z	0.874	0.885	0.909	0.666

Table 3. *Validity and Reability Construk*

Berdasarkan table tersebut menunjukkan bahwa nilai composite reliability untuk semua konstruk adalah lebih besar dari 0,7. Dengan demikian semua kontruk pada model yang diestimasi sudah memenuhi persyaratan *internal consistensi reliability*. Begitu juga dengan melihat nilai cronbach's alpha bahwa nilainya lebih besar dari 0,7.

Dengan demikian cronbach's alpha telah memenuhi persyaratan dan dapat diterima. Nilai AVE dalam tabel tersebut juga menunjukkan lebih besar dari 0,50, maka indicator yang digunakan telah memenuhi syarat validitas konvergen. Selanjutnya mengukur validitas diskriminan yang berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Uji validitas diskriminan dilakukan dengan melihat nilai *cross loading*. Tabeldiatas menunjukkan bahwa setiap indicator memiliki nilai *loading factor* tertinggi ketika dihubungkan dengan konstruk yang lain. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid atau sudah memenuhi persyaratan validitas diskriminan.

Hasil Analisis Koefisien Jalur Inner Model (model Struktural)

Penelitian ini menunjukkan hasil analisis *R-square* (R^2) seperti pada tabel berikut :

R Square	R Square Adjusted
0.711	0.672

Table 4. *Nilai R-Square*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil menunjukkan sebagai model yang kuat dengan nilai *R-square* 0,711 dan Adjusted R Square 0,672.

Pengujian Hipotesis dengan Pengaruh Langsung (Direct Effect) Antar Variabel

Tahap selanjutnya dalam penelitian ini dengan SEM-PLS adalah melakukan pengujian hipotesis pengaruh langsung antar variabel dengan melihat hasil bootstrapping seluruh sampel dengan menggunakan SmartPLS 3.2, sebagai berikut:

Original Sampel	Sampel Mean (M)		Standart Deviation (STDEV)	Tstatistics (IO/STDEVI)	P Values
X1 -> Y	-0.226	-0.221	0.100	2.266	0.024
X1*Z -> Y	0.027	0.038	0.099	0.275	0.783
X2 -> Y	0.275	0.273	0.103	2.663	0.008

X2* Z -> Y	-0.183	-0.191	0.092	1.980	0.048
X3 -> Y	0.421	0.426	0.144	2.916	0.004
X3*Z -> Y	0.059	0.087	0.114	0.520	0.603

Table 5. Path Coesients

Berdasarkan table diatas, maka diperoleh hasil uji hipotesis pengaruh variable independen terhadap variable dependen melalui variable moderating, antara lain sebagai berikut :

1. Money attitude Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif

Pada tabel hasil pengujian pengaruh Money attitude Terhadap Perilaku Konsumtif menunjukkan bahwa dengan nilai -0.226 yang berarti bahwa Money attitude Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan P Values 0.024 hal ini dapat dijelaskan bahwa Money attitude Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif. Money attitude yang di hadapi berdampak pada Perilaku Konsumtif. Dengan demikian hipotesis penelitian menyatakan bahwa H1 terbukti berpengaruh (H1 diterima).

2. Self control Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif

Pada tabel hasil pengujian pengaruh Self control Terhadap Perilaku Konsumtif menunjukkan bahwa dengan nilai 0.275 yang berarti bahwa Self control Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan P Values 0.008 hal ini dapat dijelaskan bahwa Self control Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif. Self control yang di hadapi berdampak pada Perilaku Konsumtif. Dengan demikian hipotesis penelitian menyatakan bahwa H2 terbukti berpengaruh (H2 diterima).

3. Tingkat Pendapatan Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif

Pada tabel hasil pengujian pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif menunjukkan bahwa dengan nilai 0.421 yang berarti bahwa Tingkat Pendapatan Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan P Values 0.004 hal ini dapat dijelaskan bahwa Tingkat Pendapatan Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif. Tingkat Pendapatan yang di hadapi berdampak pada Perilaku Konsumtif. Dengan demikian hipotesis penelitian menyatakan bahwa H3 terbukti berpengaruh (H3 diterima).

4. Money attitude Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating

Pada tabel hasil pengujian pengaruh Money attitude Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating menunjukkan bahwa dengan nilai 0.027 yang berarti bahwa Money attitude Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. Dengan P Values 0.783 hal ini dapat dijelaskan bahwa Money attitude Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. Money attitude yang di hadapi tidak berdampak pada Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. Dengan demikian hipotesis penelitian menyatakan bahwa H4 terbukti tidak berpengaruh (H4 ditolak).

5. Self control Berpengaruh Signifikan dan Positif Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai variabel moderating

Pada tabel hasil pengujian pengaruh Self control Berpengaruh Signifikan dan Positif Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai variabel moderating menunjukkan bahwa dengan nilai -0.183 yang berarti bahwa Self control Berpengaruh Signifikan dan Positif Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai variabel moderating. Dengan P Values 0.048 hal ini dapat dijelaskan bahwa Self control Berpengaruh Signifikan dan Positif Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai variabel moderating. Semakin tinggi Self control yang di hadapi akan berdampak pada meningkatnya Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai variabel moderating. Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa H5 terbukti berpengaruh (H5 diterima).

6. Tingkat Pendapatan Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating

Pada tabel hasil pengujian pengaruh Tingkat Pendapatan Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating menunjukkan bahwa dengan nilai 0.059 yang berarti bahwa Tingkat Pendapatan Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. Dengan P Values 0.603 hal ini dapat dijelaskan bahwa Tingkat Pendapatan Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku

Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. Tingkat Pendapatannya yang di hadapi tidak berdampak pada Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. Dengan demikian hipotesis penelitian menyatakan bahwa H6 terbukti tidak berpengaruh (H6 ditolak).

Hipotesis	Keterangan	Kesimpulan	
H1	2.266 > 1.96	Diterima	
H2	2.663 > 1.96	Diterima	
H3	2.916 > 1.96	Diterima	
H4	0.275 > 1.96	Ditolak	
H5	1.980 > 1.96	Diterima	
H6	0.520 > 1.96	Ditolak	

Table 6. Hasil Pengujian Hipotesis

B. Pembahasan

a. H1 : Money attitude Berpengaruh Signifikan dan Positif Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kristanto [24] dan Mahrunnisya [25]. Menyatakan bahwa Money attitude berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki pengetahuan lebih tentang sikap terhadap uang dengan baik maka seseorang dapat mengambil keputusan dengan bijak. Seorang individu dengan memahami sikap terhadap uang yang mempengaruhi semua aspek dalam hidup tidak hanya menghubungkan nilai, kegunaan, dan kekayaan dengan menggunakan uang, tetapi dihubungkan dengan berbagai macam arti dan emosi. Sikap seseorang individu sebagai pembuat keputusan yang rasional dan individu tersebut selalu melakukan pencarian untuk meningkatkan kekayaan dan menggunakan kegunaan uang dengan penuh dalam perilaku konsumtif yang terdapat dalam setiap pembelian seseorang.

b. H2 : Self control Berpengaruh Signifikan dan Positif Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Johana [26] Menyatakan bahwa Self control berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa Self control dapat mengendalikan sikap impulsif dikarenakan individu memiliki sikap yang baik. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan dengan hasil penelitiannya yang dilakukan oleh Nurjanah [27] menunjukkan bahwa Self control tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

Bentuk pengendalian diri yang dilakukan menunjukkan bahwa pelaku memiliki tanggung jawab dengan baik dalam bentuk pengambilan keputusan. Dalam pengambilan keputusan harus mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang meliputi situasi dalam perilaku konsumtif. Dalam mengambil menahan diri dari sikap impulsif pada saat mengambil keputusan yang mana setiap keputusan yang diambil memiliki resiko yang berbeda-beda. Dengan mengendalikan diri dari godaan dan selalu berpikir bagaimana agar mencapai tujuan yang telah direncanakan dengan baik dalam mengatur perilaku keuangan menyimpan maupun mengelola perlu memperhatikan mengenai kondisi keuangan.

c. H3 : Tingkat Pendapatan Berpengaruh Signifikan dan Positif Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ikhwan Ratna [28] dan Hanum [29] Menyatakan bahwa Tingkat Pendapatan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan yang diperoleh seseorang terpengaruh sikap sosial pada gaya hidup tinggi. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan dengan hasil penelitiannya yang dilakukan oleh Johana [26] menunjukkan bahwa Tingkat Pendapatan tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Bentuk pendapatan yang di dapatkan bersumber dari orang tua maupun dari kemampuan diri sendiri berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam berbelanja. Tingkat pendapatan yang dimiliki menjadi dasar seseorang memiliki perilaku konsumtif, karena semakin tinggi pendapatan yang dimiliki semakin besar pengeluaran seseorang sebaliknya tingkat pendapatan yang rendah maka pengeluaran menjadi lebih rendah. Anggaran yang dikeluarkan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat penting yang memang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari maupun hanya bersifat keinginan.

d. H4 : Money attitude Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai variabel Moderating

Hasil penelitian mendukung hipotesis keempat bahwa Religiusitas memoderasi pengaruh variabel Money attitude tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauziah & Murharsito [30] yang menyatakan bahwa Money attitude Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai variabel Moderating.

Seseorang yang memiliki pengetahuan yang baik terhadap uang membuatnya dapat mengontrol pengeluaran, sehingga tidak mempengaruhi seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif. Sesuai dengan cara pandang agama islam yang menyatakan bahwa perilaku yang berlebih-lebihan yang hanya mementingkan kepuasan duniawi akan

menimbulkan sifat sombong terhadap seseorang.

e. H5 : Self control Berpengaruh Signifikan dan Positif Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai variabel Moderating

Hasil penelitian mendukung hipotesis kelima bahwa Religiusitas memoderasi pengaruh variabel Self control Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alamsyah et al. [31] yang menyatakan bahwa Money attitude Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai variabel Moderating. Dalam self control berkaitan dengan sikap individu yang di terapkan dengan mengendalikan diri dalam mengelola perilaku konsumtif melalui penilaian, pandangan, dan pemikirannya yang mana sikap inilah yang nantinya dapat menjadi dasar seseorang untuk dapat mengambil keputusan secara bijak dalam berbelanja. Sebagaimana dalam islam berarti menahan diri dari segala perilaku yang merugikan diri sendiri maupun orang lain..

f. H6 : Tingkat Pendapatan Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai variabel Moderating

Hasil penelitian mendukung hipotesis keenam bahwa Religiusitas memoderasi pengaruh variabel Tingkat Pendapatan tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami et al. [32] yang menyatakan bahwa Tingkat Pendapatan Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai variabel Moderating.

Tingkat pendapatan yang dimiliki seseorang akan mendorong untuk membatasi diri dari tindakan yang dapat menyebabkan pemborosan, tidak mengeluarkan uang diluar yang sudah direncanakan yang akan menyebabkan perilaku konsumtif pada seseorang. Dimana responden merupakan mahasiswa yang sebagian besar pendapatan berasal dari pemberian orang tua. Sehingga membuat seseorang berfikir kembali dalam mengatur pengeluaran. Sebagaimana dalam Islam bersyukur atas nikmat yang telah diberikan oleh Allah tentang tingkat pendapatan yang dimiliki seseorang menjadikan manfaat untuk diri sendiri dalam melakukan suatu kegiatan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis, maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu, 1) money attitude berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif, 2) self control berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif, 3) tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, 4) money attitude tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan religiusitas sebagai variabel moderating, 5) self control berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan religiusitas sebagai variabel moderating, dan 6) tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan religiusitas sebagai variabel moderating.

Saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yaitu, 1) penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperbanyak jumlah sampel serta responden yang digunakan dalam peneliti, 2) penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas area penelitian, tidak hanya di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, melainkan pada Universitas atau Kampus-kampus lainnya, dan 3) penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambah variabel lain diluar penelitian ini, agar peneliti selanjutnya mampu menjelaskan tentang kehidupan mahasiswa yang bertolak belakang seperti money attitude, self control, tingkat pendapatan, perilaku konsumtif, religiusitas dan sebagainya yang dapat berpengaruh.

References

1. E. Lestarina, H. Karimah, N. Febrianti, R. Ranny, and D. Herlina, "Perilaku konsumtif di kalangan remaja," *JRTI (Jurnal Ris. Tindakan Indones.*, vol. 2, no. 2, 2017.
2. A. Yahya, "Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *J. Pengemb. Wiraswasta*, vol. 23, no. 1, pp. 37-50, 2021.
3. N. Fatimah and S. Susanti, "Pengaruh Pembelajaran Akuntansi Keuangan, Literasi Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik," *J. Pendidik. Akunt.*, vol. 6, no. 1, pp. 48-57, 2018.
4. H. W. S. Elgeka and G. Querry, "Peran money attitudes terhadap financial well-being dengan financial stress sebagai mediator pada mahasiswa rantau di Surabaya," *J. Ilm. Psikol. Terap.*, vol. 9, no. 01, pp. 75-83, 2021.
5. S. Sriyono, D. Prapanca, and A. S. Budi, "Analisis Return on Equity (ROE), Current Ratio (CR), Net Profit Margins (NPM), dan Debt to Equity Ratio (DER) terhadap Earning Per Share (EPS)," *JBMP (Jurnal Bisnis, Manaj. dan Perbankan)*, vol. 4, no. 2, pp. 154-163, 2018, doi: 10.21070/jbmp.v4i2.1902.
6. I. A. K. Dewi and R. Rochmawati, "Pengaruh Money Attitude Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi: Pengetahuan Dan Financial Self-Efficacy Sebagai Moderasi," *J. Pendidik. Ilmu Sos.*, vol. 30, no. 2, pp. 123-134, 2020.

7. S. Sriyono, D. Prapanca, and A. Nursidah, "Managerial Innovations in Structure Capital and Important Decisions in Determining the Profit Management of Plantation Company: Empirical Evidence in ASEAN Countries," *Proc. 2nd Int. Conf. Bus. Manag. Technol.*, pp. 227-232, 2020.
8. Y. M. Basri, "Pengaruh gender, religiusitas dan sikap love of money pada persepsi etika penggelapan pajak mahasiswa akuntansi," *J. Ilm. Akunt. dan Bisnis*, vol. 10, no. 1, pp. 45-54, 2015.
9. S. D. Y. Ningtyas, "Hubungan antara self control dengan internet addiction pada mahasiswa," *Educ. Psychol. J.*, vol. 1, no. 1, 2012.
10. D. Herlindawati, "Pengaruh kontrol diri, jenis kelamin, dan pendapatan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa pascasarjana Universitas Negeri Surabaya," *J. Ekon. Pendidik. dan kewirausahaan*, vol. 3, no. 2, pp. 158-169, 2015.
11. S. J. Budiman, "Pengaruh perceived usefulness, perceived ease to use, perceived risk dan attitude terhadap intention to use pada mahasiswa calon pengguna E money Gopay di Surabaya," *Widya Mandala Catholic University Surabaya*, 2019.
12. M. A. Suwandi and E. Azis, "Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-money pada generasi millenials (Studi kasus pada mahasiswa S1 IPB)," *eProceedings Manag.*, vol. 5, no. 3, 2018.
13. N. K. Sugiantari and A. Widanaputra, "Pengaruh Idealisme, Relativisme, Dan Love of Money Pada Persepsi Mahasiswa Akuntansi Tentang Krisis Etika Akuntan," *E-Jurnal Akunt.*, vol. 17, no. 3, pp. 2474-2502, 2016.
14. M. J. S. Wartani, "Hubungan Money Attitude dan Compulsive Buying pada Perilaku Berbelanja Mahasiswa terhadap Barang Fashion yang tergolong Fashion Branded dengan Cognitive Dissonance After Purchase sebagai Variabel Moderator," 2018.
15. D. Ariyanto, "Pengaruh attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control terhadap repurchase intention e-money," *Sumber*, vol. 90, no. 848, p. 2018, 2017.
16. D. Prapanca, W. P. Setiyono, "Efek Budgetary Goal Characteristics Terhadap Kinerja Managerial dengan Self Efficacy dan Social Desirability sebagai Variabel Moderating," *5th Natl. ...*, 2019.
17. L. Mutrofin and A. Haryono, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kontrol Diri, Dan Respon Pada Iklan Terhadap Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Malang," *J. Pendidik. Ekon.*, vol. 11, no. 1, pp. 56-62, 2018.
18. N. A. Omar, R. A. Rahim, C. A. C. Wel, and S. S. Alam, "Compulsive buying and credit card misuse among credit card holders: The roles of self-esteem, materialism, impulsive buying and budget constraint," *Intang. Cap.*, vol. 10, no. 1, pp. 52-74, 2014.
19. A. Bawono, *Multivariate analysis dengan SPSS. Salatiga: STAIN Salatiga Press*, 2006.
20. M. R. Hermanto, "Pengembangan Teori Keynes Dalam Jumlah Konsumsi Muslim," *Signifikan J. Ilmu Ekon.*, vol. 4, no. 2, 2015.
21. Y. H. Putriani and A. Shofawati, "Pola perilaku konsumsi Islami mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga ditinjau dari tingkat religiusitas," *J. Ekon. Syariah Teor. Dan Terap.*, vol. 2, no. 7, 2015.
22. M. S. Sartam and W. P. Setiyono, "The Influence of Good Corporate Governance, Profitability and Dividend Policy on Earnings Management," *Acad. Open*, vol. 7, 2022, doi: 10.21070/acopen.7.2022.3277.
23. R. Listiyani and D. Prapanca, "The Effect of Financial Literacy, Financial Attitude and Personality on Financial Management Behavior," *Indones. J. Innov. Stud.*, vol. 20, 2022, doi: 10.21070/ijins.v20i.699.
24. D. Kristanto, "Pengaruh orientasi fashion, money attitude, dan self-esteem terhadap perilaku pembelian kompulsif pada remaja," *Skripsi. Fak. Ekon. Univ. Negeri Surabaya*, 2011.
25. D. Mahrannisya, M. Indriayu, and D. K. Wardani, "Peer conformity through money attitudes toward adolescence's consumptive behavior," *Int. J. Multicult. Multireligious Underst.*, vol. 5, no. 4, pp. 30-37, 2018.
26. R. S. A. Johana, "Pengaruh Money Attitude Dan Social Influence Terhadap Perilaku Berutang (Studi Pada Karyawan Pt. Intidragon Suryatama)," *Universitas Brawijaya*, 2021.
27. N. Nurjanah and others, "Gender, Progressive Islam, and Islamism in Indonesia: Analysing the Political Attitudes of PKB and PKS," 2013.
28. I. Ratna, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Sisa Lebih Perhitungan Anggaran (SiLPA) Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah pada Pemerintah Provinsi Riau," *Kutubkhanah*, vol. 18, no. 2, pp. 112-129, 2015.
29. N. Hanum, "Analisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa," *J. Samudra Ekon.*, vol. 1, no. 2, pp. 107-116, 2017.
30. F. E. Fauziah and M. Murharsito, "The effect of money ethics on ethical attitudes with religiosity as the moderating variable," *Media Ekon. dan Manaj.*, vol. 34, no. 1, 2019.
31. H. Alamsyah, D. Zulverdi, I. Gunadi, R. Z. Idris, and B. Pramono, "Banking disintermediation and its implication for monetary policy: the case of Indonesia," *Bul. Ekon. Monet. dan Perbank.*, vol. 7, no. 4, pp. 499-522, 2005.
32. I. Utami, S. Wijono, S. Noviyanti, and N. Mohamed, "Fraud diamond, Machiavellianism and fraud intention," *Int. J. Ethics Syst.*, vol. 35, no. 4, pp. 531-544, 2019.