

Analisis Tingkat Pendidikan, Pendapatan dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumen Muslim di Kota Tangerang

Muhammad Najib Murobbi¹, Abdul Mujib Arijuddin²

^{1,2} Ekonomi Keuangan syariah, Kajian Timur Tengah dan Islam Sekolah Kajian Stratejik dan Global Universitas Indonesia

E-mail: najibmurobbi@gmail.com¹, dullmujib@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat muslim di Kota Tangerang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuantitatif dengan metode analisis regresi linier. Sampel populasi meliputi masyarakat di Kota Tangerang dalam ruang lingkup masyarakat. Instrumen pengumpulan data melalui pengumpulan kuesioner melalui sosial media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pendidikan mempunyai nilai signifikansi 0,124 dan pendapatan 0,196 yang mempunyai nilai lebih besar dari 0,05 sehingga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Sedangkan pengaruh religiusitas mempunyai nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan nilai lebih kecil dari 0,05 sehingga mempunyai nilai signifikansi terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim di Kota Tangerang.

Kata Kunci: Konsumsi, Pendidikan, Pendapatan, Religiusitas

Abstract

This study aims to find out how the level of education, income and religiosity affect the consumption behavior of Muslim households in Tangerang City. The analysis used in this research is quantitative with linear regression analysis method. The population sample includes people in Tangerang City within the scope of the household. The data collection instrument was through collecting questionnaires through social media. The results showed that the level of education had a significance value of 0.124 and income of 0.196 which had a value greater than 0.05 so that it did not have a significant effect. Meanwhile, the influence of religiosity has a significance value of 0.000 which indicates a value less than 0.05 so that it has a significant value on the consumption behavior of Muslim households in Tangerang City.

Keywords: Consumption, Education, Income, Religiosity

PENDAHULUAN

Sebagai makhluk sosial dan ekonomi, kehidupan manusia akan selalu berkaitan dengan berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Sebagai makhluk sosial manusia dihadapkan dengan sumber daya yang terbatas, sehingga dituntut untuk mengolah dan memanfaatkannya dengan seoptimal mungkin, hal inilah yang merupakan tujuan dari kegiatan ekonomi. Dalam setiap kegiatan ekonomi, terdapat berbagai pelaku yang terlibat di dalamnya seperti masyarakat, perusahaan, dan negara. Dari sisi masyarakat kegiatan ekonomi yang dilakukannya tentu tidak lepas dari kegiatan konsumsi. Perilaku konsumsi ini sangat dipengaruhi oleh pendapatan, anggota keluarga, agama, pendidikan status sosial, dan gaya hidup (Rionita & Widiastuti, 2019).

Selain itu konsumsi juga dihadapkan dengan terbatasnya sumber daya alam, sehingga manusia harus terus meningkatkan skill dalam memenuhi kebutuhannya. Sehingga pola yang terbentuk dengan keterbatasan sumber daya ini adalah saling tergantungnya antar wilayah pada kombinasi kebutuhan karena masalah ketersediaan jenis kebutuhan dan tingkat

kebutuhan yang tidak selalu terpenuhi di satu wilayah (Wigati, 2011). Sebagai kota dengan tingkat konsumsi yang cukup tinggi, Kota Tangerang merupakan wilayah dengan populasi cukup padat. Hal ini disebabkan karena secara geografis masih berdekatan dengan ibu kota dan menjadi salah satu wilayah industri. Berdasarkan data BPS Kota Tangerang jumlah populasi penduduk pada tahun 2022 mencapai 2.310.137 jiwa diikuti dengan kepadatan penduduk yang terus meningkat pada setiap tahunnya. Sebagaimana tertera pada tabel 1.1

Tabel 1. Statistik Kepadatan dan PDRB Kota Tangerang Tahun 2018-2022

Deskripsi	2018	2019	2020	2021	2022
Kepadatan Penduduk	13.146	13.372	13.596	13.818	14.034
Produk Domestik Bruto (PDRB) Harga Berlaku	106.283.617	110.556.398	102.898.229	106.705.226	-

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Tangerang

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada lima tahun terakhir jumlah kepadatan penduduk Kota Tangerang terus mengalami peningkatan. Kenaikan kepadatan penduduk diikuti dengan meningkatnya PDRB pada tahun 2018-2019 dan 2020-2021. Terjadinya penurunan pada tiga tahun terakhir diakibatkan sebab Covid-19 yang menimpa di Kota Tangerang. dampaknya tidak sedikit sektor industri yang mengalami penurunan, namun pasca Covid-19 perlahan PDRB mengalami peningkatan di tahun 2021. Hal ini dapat terjadi salah satunya karena faktor ekonomi, yaitu perilaku konsumen masyarakat di Kota Tangerang. Sebagai wilayah industri dan metropolitan menyebabkan pesatnya pertumbuhan pusat bisnis, industri, perdagangan dan pendidikan. Sebagai wilayah perkotaan dengan letak yang cukup strategis, ditambah tersedianya berbagai fasilitas umum baik di bidang transportasi, kesehatan, pendidikan, perdagangan dan jasa menjadikan Kota Tangerang sebagai salah satu daerah tujuan peningkatan perekonomian.

Dengan jumlah penduduk yang signifikan pola konsumsi masyarakat berkaitan dengan tingkat pendidikan yang ditempuhnya. Hal ini berkaitan dengan human resource quality bahwa signifikansi tingkat pendidikan penduduk Kota Tangerang terbilang tidak stabil selama lima tahun terakhir. Hal ini diakibatkan dengan masih tingginya angka melek huruf yang berada di Kota Tangerang. Pada tahun 2022 tingkat SMA atau sederajat ke atas mengalami penurunan menjadi 59,07 dari 60,31. Hal ini diikuti dengan menurunnya jenjang SMP, SD, dan tidak tamat atau tidak mempunyai ijazah SD. Dalam hal ini tingkat pendidikan dapat dikatakan mempengaruhi perilaku konsumen, Semakin tinggi tingkat pendidikan maka wawasan dalam melakukan konsumsi akan semakin luas. Berdasarkan data di BPS Kota Tangerang dalam satu dekade terakhir angka harapan lama sekolah pada tahun 2010 sebesar 11.56 meningkat sebesar 13.83 pada tahun 2018. Dan rata-rata lama sekolah pada tahun 2010 sebesar 9.64 meningkat sebesar 10.51 pada tahun 2018. Dengan semakin meningkatnya pendidikan di masyarakat Kota Tangerang, menunjukkan bahwa masyarakat mempunyai pengetahuan dan wawasan dalam penyikapan bertransaksi dan berkonsumsi.

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Kota Tangerang Tahun 2019-2022

Tingkat Pendidikan	2019	2020	2021	2022
Tidak Punya Ijazah SD	9,85	5,45	4,26	7,43
SD/MI Sederajat	13,60	14,54	13,20	11,97
SMP/MTs/Sederajat	29,54	20,28	22,33	21,53
SMA/SMK/MA/ke atas	42,58	59,73	60,31	59,07

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Tangerang

Model konsumsi masyarakat adalah indikator dasar dalam stabilitas kemakmuran masyarakat atau keluarga. Pengaruh sosial dan budaya merupakan indikator penting dalam model konsumsi. Dari aspek sosial, perilaku dan pergaulan masyarakat merupakan hal terdekat dalam menjadi ukuran bagaimana model konsumsi berjalan. Sedangkan dalam ranah budaya mencerminkan sikap individu dari seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa. Berdasarkan Susenas tahun 2018-2022, terlihat bahwa proporsi rata-rata pengeluaran per kapita untuk kelompok makanan mencapai 46,36 di tahun 2018 dan mengalami penurunan pada tahun 2022 sebesar 45.29 persen dari total pengeluaran konsumsi makanan. Naik dan turun pada pola konsumsi merupakan hal yang lazim dalam proses alur kehidupan. Hal ini disebabkan dengan berbagai faktor, seperti pentingnya dalam memilih kualitas barang atau produk, pengetahuan konsumen dalam memilih suatu barang atau produk dan pendapatan masyarakat yang sifatnya tidak stabil.

Tabel 3. Rata-rata pengeluaran per kapita sebulan penduduk Kota Tangerang Tahun 2018-2022

Jenis Pengeluaran	2018	2019	2020	2021	2022
Proporsi Pengeluaran Konsumsi Makanan (Persen)	46.36	44.5	45.06	44.05	45.29
Rata-rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan (Juta Rupiah)	1.65	1.8	2.02	2.13	2.34

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Tangerang

Perilaku Konsumen Menurut Islam

Menurut Asy-Syathibi, rumusan kebutuhan manusia dalam Islam terdiri dari tiga tingkatan, yaitu: *ad-Dharuriyah*, *al-Hajiyah* dan *at-Tahsiniiyah* (Chalil, 2009). Kebutuhan yang didefinisikan dalam Islam disebut *ad-Dharuriyah* merupakan kebutuhan ini bersifat mendasar dan mencakup hal-hal seperti menjaga agama, menjaga jiwa, dan kesehatan. Dalam kebutuhan *al-Hajiyah* yang merupakan kebutuhan yang diperlukan dan mencakup hal-hal seperti mengkonsumsi makan dan minium, pakaian, dan tempat tinggal. Sedangkan *at-Tahsiniiyah* yang merupakan kebutuhan pelengkap, seperti memiliki cukup uang untuk membeli makanan dan pakaian, atau memiliki tempat tinggal yang nyaman dan aman.

Sedangkan menurut Al-Ghazali dalam Mufidah *et al* (2019) pengaplikasian konsep tiga unsur kebutuhan dalam Islam, yaitu: *ad-Dharuriyah al-Hajiyah* dan *at-Tahsiniiyah* memerlukan pemenuhan lima unsur, yaitu: keyakinan, intelektual, ketentraman dalam jiwa, harta dan keturunan. Atau dalam ranah pembelajaran Islam dikenal dengan *maqashid syariah*.

1. Menyakini dan melaksanakan bahwa dalam pemenuhan kebutuhan pokok untuk dirinya dan keluarganya merupakan bagian dalam peribadatan kepada Allah dan harus melalui cara-cara yang disyariatkan dalam nilai-nilai syariah.
2. Memanfaatkan kebutuhan baik barang dan jasa secara efisien. Dengan berniat memelihara harta yang merupakan barang titipan dari Allah.
3. Mampu melindungi diri dari hal-hal yang bersifat malapetaka dan bahaya.
4. Meninggalkan perbuatan yang menyia-nyiakan waktu. Sebab hal ini dilarang dan tidak disukai Allah SWT.

Dalam Islam konsumsi selalu memperhatikan halal dan haram dan berprinsip pada hukum dan syariat untuk mencapai kemanfaatan yang optimal dan mencegah mudharat. Oleh sebab itu Islam telah memberikan arahan yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari (Rionita & Widiastuti, 2019). Sehingga bagi setiap manusia harus mampu menyadari dan mengelola perbedaan keinginan dan kebutuhan. Sebab, jika hanya memenuhi keinginan tentu tidak akan ada habisnya. Hal ini didasari sebagai sifat manusia yang tidak terbatas dalam

menginginkan sesuatu. Sedangkan dalam pemenuhan kebutuhan manusia harus mampu mendapatkan dua kemanfaatan, yaitu manfaat kehidupan dunia dan akhirat.

1. Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah usaha untuk mempengaruhi anak dalam meningkatkan pengetahuan dan akhlak sehingga akan mengantarkannya pada cita-cita tertinggi (Yunus, 1979). Dalam UUD Nomor 20 Tahun 2003 pasal 1 ayat 1 pendidikan merupakan proses pembelajaran dan mengembangkan potensi diri yang diperlukan masyarakat, bangsa dan negara. Dan pada pasal 3 dinyatakan bahwa pendidikan berfungsi dalam membentuk watak dan peradaban bangsa yang bermartabat. Menurut Suprijanto (2007) pendidikan formal terdapat beberapa bagian yang bertujuan untuk mensistematisasikan, mengukur dan meningkatkan pada jenjang pendidikan, yang terbagi menjadi pendidikan awal atau dasar, menengah dan lanjut.

Menurut Undang-undang Sisdiknas nomor 20 tahun 2003 bab II pasal 3. Bahwa pendidikan bermaksud untuk menumbuhkan kemampuan dan kesanggupan setiap pelajar sebagai insan yang berkeyakinan, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkarakter mulia, sehat, mempunyai ilmu, cakap, mandiri dan bertanggung jawab.

Dalam setiap jenjang pendidikan formal memiliki beberapa tujuan :

- a. Pendidikan Dasar, menurut Undang-undang RI No. 20 Tahun 2003 pendidikan dasar mencakup Taman Kanak-kanak (TK) dan Sekolah Dasar (SD)/sederajat. Pendidikan dasar memberikan bekal dasar dalam ranah sosial bagi setiap peserta didik. Mulai dari penumbuhan sikap, pengetahuan dan kecakapan dasar.
- b. Pendidikan menengah, menurut Undang-undang RI No. 20 Tahun 2003 pendidikan menengah mencakup Sekolah Menengah Pertama (SMP)/sederajat dan Sekolah Menengah Atas (SMA)/sederajat. Pendidikan menengah merupakan pendidikan lanjutan yang bertujuan menyiapkan setiap murid mampu menjadi bagian masyarakat di sekitarnya. Baik dalam ranah bermasyarakat sosial atau sebagai individu yang cakap. Tujuannya agar mampu memahami kondisi sosial, lingkungan budaya dan alam sekitar.
- c. Pendidikan Tinggi, menurut Undang-undang RI No.20 Tahun 2003 dikatakan bahwa pendidikan tinggi merupakan perguruan tinggi yang mewajibkan bagi setiap instituti menyelenggarakan sistem yang berakademik dengan sistem terbuka. Tujuannya adalah menjadikan setiap mahasiswa memiliki wawasan terbuka dan dapat berkreatasi dengan kemampuan masing-masing.

Menurut Hasbullah dalam Dampoli (2011) proses berjalannya pendidikan harus melalui tahapan yang terpenuhi supaya tercapai tujuan-tujuan peserta didik yang berpendidik, yaitu proses edukasi dan tuntunan. Dalam edukasi dan tuntunan terdiri dari tenaga pendidik yang sesuai dan mampu membimbing secara bertahap. Sedangkan menurut Nizal (2002) pengembangan pengetahuan dan karakter merupakan proses bagi peserta untuk mampu menjalankan kehidupan yang berlandaskan norma-norma Islam.

2. Tingkat Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah penerimaan yang diterima seseorang atau masyarakat dalam bentuk uang maupun bukan uang misalnya berupa barang, tunjangan beras, dan sebagainya selama satu periode atas penjualan barang dan jasa yang dihasilkan dalam kegiatan usaha (Rahardja, Mandala, & Manurung, 2004). Kemudian pendapatan dapat digolongkan menjadi tiga, Gaji atau upah, pendapatan dari kekayaan, dan pendapatan dari sumber lain seperti subsidi pemerintah, asuransi, dan sebagainya. Dalam pemenuhan kebutuhannya, kebutuhan pokok merupakan yang harus terpenuhi oleh masyarakat. Hal ini merupakan sebuah keharusan melalui kegiatan individu sendiri. Islam menekankan bahwa keadilan distribusi pendapatan merupakan standar kehidupan karena semua orang memiliki hak yang sama dalam kekayaan yang dimiliki masyarakat. Dalam pemenuhan pendapatan masyarakat dapat melalui teknologi yang berupa *e-commerce* dan pengetahuan kehidupan masyarakat di era digital (Maulida, 2021).

3. Tingkat Religiusitas

Dalam Islam hubungan konsumsi dan keimanan tidak bisa dipisahkan, keimanan merupakan tolak ukur dalam menciptakan cara pandang keperibadian manusia. Keimanan dapat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi dalam memenuhi kepuasan materiil juga spiritual. Dalam Islam semuanya sudah diatur segalanya termasuk konsumsi tentang halal dan haram yang tertulis dalam Al-Qur'an, Hadits, dan Ijma' Ulama (Suharyono, 2018). Secara umum religiusitas memiliki lima ruang dalam penilaiannya, antara lain :

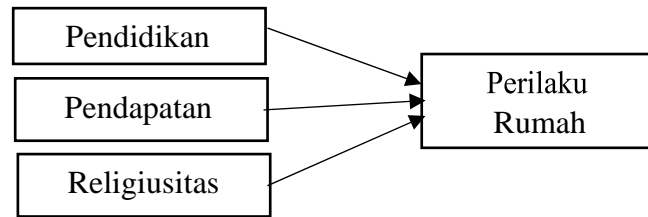
- a. Dimensi keyakinan (Ideologis). Dimensi ini menunjukkan tingkatan keyakinan muslim terhadap ajaran agamanya dan juga tradisi-tradisi yang melekat pada keyakinan Islamnya.
- b. Dimensi praktik agama (Ritualistik). Dimensi ini mencakup ibadah dan juga ketaatan seorang muslim dalam menjalankan ritual keagamaannya seperti puasa, zakat, dan haji.
- c. Dimensi pengalaman (Eksperensial). Dimensi ini menilai sebuah perasaan, persepsi, dan juga sensasi yang dialami seseorang terhadap esensi ketuhanan yaitu Tuhan.
- d. Dimensi pengetahuan (Intelektual). Dimensi ini menunjukkan tingkat pengetahuan seorang muslim tentang ajaran – ajaran pokok dari agamanya.
- e. Dimensi pengalaman (Konsekuensi). Dimensi ini menilai pada sebuah keyakinan seorang muslim tentang motivasi dari ajaran agamanya dalam kehidupan bersosial, seperti suka menolong dan adab bekerja sama (Glock & Stark, 1965).

Dalam penelitian terdahulu Rionita & Widiastuti (2019) menunjukkan bahwa dampak kualitas pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen masyarakat muslim di Surabaya, pendapatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim di Surabaya, dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim di Surabaya.

Penelitian Marwanti (2018) menunjukkan bahwa variabel kebudayaan dan sosial tidak berpengaruh terhadap pembelian Pizza Hut Makassar. Faktor pribadi dan psikologis berdampak secara signifikan terhadap pertimbangan pembelian di Pizza Hut Makassar. Sedangkan faktor kebiasaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut cabang Makassar. Penelitian Linda (2018) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh faktor sosial, pribadi, dan tipe konsumen muslim terhadap keputusan pembelian.

Penelitian dari Amir (2016) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan, pendapatan, dan keamanan keluarga muslim di Jambi memiliki keterkaitan yang besar terhadap konsumsi pangan. Dengan meningkatnya kualitas pendidikan, pendapatan dan keimanan, maka berdampak pada pemilihan barang yang akan dikonsumsi. Hal ini karena keterkaitan adanya wawasan pengetahuan mengenai kualitas barang dan jasa yang akan dikonsumsi. Penelitian Putriani & Shofawati (2015) membuktikan bahwa adanya hubungan keterkaitan antara religiusitas dengan pola mengkonsumsi barang dan jasa. Hal ini disebabkan keterbatasan pemilihan dan kualitas pangan dari para mahasiswa.

Dari kelima penelitian bisa disimpulkan bahwa dalam pengambilan perilaku konsumen muslim mempunyai banyak faktor, diantaranya: pendidikan, pendapatan dan religiusitas. Dengan mengedepankan nilai-nilai Islami dalam pengambilan perilaku konsumen maka ketiga faktor tersebut mempunyai hubungan yang kuat. Metode penelitian dalam penulisan ini adalah model analisis regresi linier berganda yang menggunakan data cross section. Model analisis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Analisis Secara Parsial

Analisis dilakukan untuk dapat mengetahui bagaimana kualitas pendidikan, pendapatan, dan religiusitas mempunyai dampak kepada para masyarakat muslim Kota Tangerang dalam pengkonsumsian sandang, papan, dan pangan. Oleh karena terdapat dua hipotesis dalam analisis ini:

- H0: Kualitas pendidikan, pendapatan, dan religiusitas sebagai parsial atau simultan tidak mempunyai pengaruh signifikan bagi masyarakat muslim di Kota Tangerang.
- H1: Kualitas pendidikan, pendapatan, dan religiusitas sebagai parsial maupun simultan berpengaruh signifikan bagi masyarakat muslim di Kota Tangerang.

METODE

Berdasarkan deskripsi tersebut analisa ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam pengertiannya, analisa kuantitatif melambangkan pendekatan yang memfokuskan penjelasan hipotesis dan mengaplikasikannya dengan beberapa pengujian. Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang digunakan atau scoring. Jadi, data kuantitatif adalah data yang lebih cenderung atau memiliki kecenderungan yang dapat dianalisis dengan cara teknik statistik.

Hasilnya akan berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpulan data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi nilai atau bobot berupa angka atau abjad, dan macam-macam setuju atau tidak setuju. Di dalam penelitian ini variabel independen berupa tingkat pendidikan, pendapatan, dan religiusitas. Sedangkan variabel dependen berupa perilaku konsumsi masyarakat muslim di Kota Tangerang.

Definisi Operasional

1. Tingkat pendidikan

Jenjang pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden. Tingkat pendidikan diukur dengan menggunakan skala ordinal dengan tingkatan sebagai berikut:

Tabel 4. Skor Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Skor
Tidak Tamat SD/MI	1
Tamat SD/MI	2
Tidak Tamat SMP/MTs	3
Tamat SMP/MTs	4
Tidak Tamat SMA/SMK/MA	5
Tamat SMA/SMK/MA	6
Tidak Tamat Perguruan Tinggi	7
Tamat Perguruan Tinggi	8

2. Pendapatan

Merupakan yang diterima responden baik berasal dari gaji atau penghasilan lainnya. Dihitung selama satu bulan. Pendapatan diukur berdasarkan jawab responden.

Tabel 5. Skor Tingkat Pendapatan

Pendapatan	Skor	Katagori
1.000.000 – 4.000.000	1	Sangat Rendah
>4.000.000 – 5.000.000	2	Rendah
>5.000.000 – 8.000.000	3	Sedang
>8.000.000 – 10.000.000	4	Tinggi
>10.000.000	5	Sangat Tinggi

3. Religiusitas

Religiusitas adalah bentuk ketaatan masyarakat muslim dan menyangkut kepada hubungan dengan Allah SWT yang kemudian menuntut perilaku kepada perilaku dan pengambilan keputusan. Religiusitas diukur berdasarkan jawaban responden. Indikator tersebut akan diukur dengan melalui skala berikut:

Tabel 6. Skor Tingkat Pendidikan

Pernyataan Positif	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

4. Perilaku Konsumsi Masyarakat

Merupakan keputusan masyarakat muslim dalam mengambil tindakan atau keputusan melakukan konsumsi dan membelanjakan hartanya. Hasil dari jawaban perilaku konsumen berupa kuesioner yang telah diberikan dan dijawab. Indikator tersebut akan diukur melalui skala sebagai berikut:

Tabel 7. Skor Tingkat Pendidikan

Pernyataan Positif	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Penentuan Populasi dan Sampel

Objek pada analisa penelitian ini merupakan populasi masyarakat atau semua orang yang berumah tangga. Atau seseorang yang terlibat dalam pengambilan keputusan masyarakat (dalam kasus ini bisa bapak/ibu) dan beragama Islam yang tinggal di Kota Tangerang.

Pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* sebagai *accidental sampling*. Kuantitas sebuah sampel diberlakukan dengan cara menentukan sampel menurut Rocose dalam Sugiyono (2015). Menurutnya, jika suatu analisa diberlakukan dengan analisa *multivariat* (korelasi atau regresi ganda), akan berdampak pada pemilihan nominal komponen, yaitu paling sedikit 10 kali dari besaran faktor yang dianalisa. Sampel dalam analisa ini mencapai 77 individu muslim yang berkeluarga di Kota Tangerang.

Metode Pengumpulan Data

1. Angket (Questionnaire), berupa daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh objek penelitian berupa konsumen masyarakat. Seputar pertanyaan yang tertulis dengan pilihan-

pilihan di dalamnya dengan menempatkan skor berupa abjad atau macam-macam setuju dan tidak setuju.

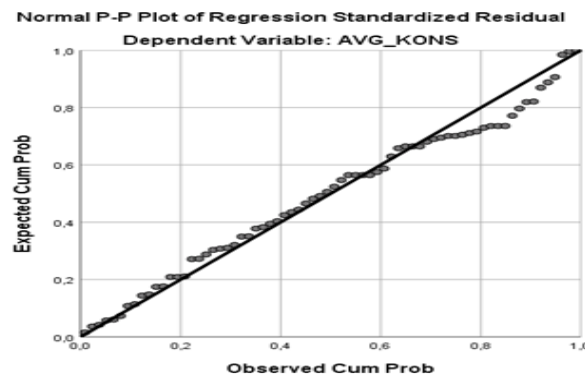
2. Studi dokumentasi, yaitu mengumpulkan informasi, data, literatur yang berkaitan dengan analisa dan penelitian yang sama.
3. Data cross section adalah data yang terdiri atas beberapa atau banyak objek, atau sering disebut responden yang terkumpul pada suatu titik waktu tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian realibitas pada variabel religiusitas didapat nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.840 lebih besar dari 0.60 yang berarti semua pertanyaan dari variabel religiusitas seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian. Hasil pengujian validitas diketahui bahwa 13 butir pertanyaan pada variabel religiusitas mempunyai nilai r hasil $>$ r tabel 0.2352 dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Hasil pengujian realibitas pada variabel konsumsi masyarakat muslim didapat nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.945 lebih besar dari 0.60 yang berarti semua pertanyaan dari variabel konsumsi masyarakat muslim seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian. Hasil pengujian validitas diketahui bahwa 18 butir pertanyaan pada variabel konsumsi masyarakat muslim mempunyai nilai r hasil $>$ r tabel 0.2352 dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, maka hal ini berarti seluruh pertanyaan yang berjumlah 30 butir tersebut seluruhnya valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Seperti terlihat pada grafik di bawah. Berdasarkan model regresi yang digunakan adalah baik karena memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal mengikuti arah garis diagonal dari grafik distribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interpretasi dan analisa lebih lanjut.



Gambar 2. Distribusi Data

Hasil Uji Multikolinearitas

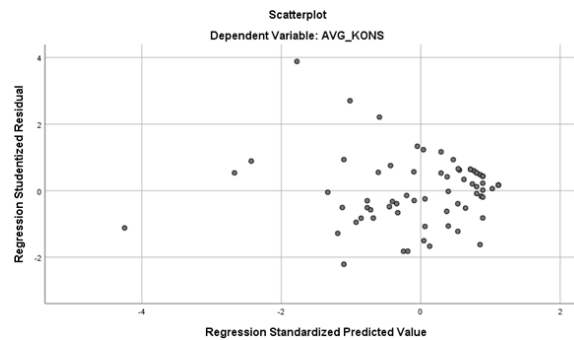
Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Tingkat Pendidikan	0.952	1.050
Pendapatan	0.946	1.057
Religiusitas	0.936	1.068

Hasil pengujian diperoleh nilai tolerance pada ketiga variabel independen lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 atau di sedkitar angka 1. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen dan estimasi regresi linier berganda, serta layak digunakan untuk interpretasi dan analisa lebih lanjut.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas grafik di bawah lebih lanjut dapat dilihat bahwa titik – titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas maupun di bawah angla 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heterokedastisitas pada model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interprestasi dan analisa lebih lanjut.



Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Hipotesis dan Hasil Analisis

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dengan analisa regresi linier berganda mengenai pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan, dan religiusitas terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim di Kota Tangerang, maka hasilnya diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = (-0,284) + (-0,29X1) + (-0,38X2) + 1,079X3 + e$$

Y : Variabel perilaku konsumsi masyarakat muslim

X1: Variabel tingkat pendidikan

X2 : Variabel pendapatan

X3 : Variabel religiusitas

e : Standar error

Dari persamaan regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut: 1) Konstanta sebesar -0,284, yang artinya jika tingkat pendidikan rendah, tingkat pendapatan rendah, dan tingkat religiusitas rendah, maka perilaku konsumsi masyarakat muslim di Kota Tangerang akan berkurang sebesar 0.284. 2) Variabel pendidikan dan pendapatan menunjukkan arah hubungan negatif dengan perilaku konsumsi masyarakat di Kota Tangerang. Hasil ini menunjukkan semakin rendah tingkat pendidikan dan pendapatan akan diikuti rendahnya perilaku konsumsi masyarakat muslim di Kota Tangerang. 3) Variabel religiusitas menunjukkan arah hubungan positif dengan perilaku konsumsi masyarakat muslim di Kota Tangerang. Hasil ini menunjukkan semakin tingginya religiusitas maka akan diikuti dengan tingginya perilaku konsumsi masyarakat muslim di Kota Tangerang.

Hasil Koefidien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil uji regresi angka koefisien determinasi didapat sebesar 0.589. sehingga dapat diartikan variabel perilaku konsumen masyarakat muslim (Y) pada model regresi penelitian ini dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu tingkat pendidikan (X1), pendapatan (X2), dan religiusitas (X3) sebesar 58.9%. Sedangkan sisanya 41.1% dipengaruhi variabel lain selain variabel dalam penelitian.

Uji Signifikansi Simutan (Uji f)

Untuk mengetahui bahwa pendidikan, pendapatan, dan religiusitas berpengaruh secara simutan terhadap perilaku konsumen, maka dilakukan uji statistic f. Hasil yang didapat setelah melakukan regresi adalah f hitung senilai 31,510 dengan probabilitas 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Sehingga dapat dikatakan variabel pendidikan, pendapatan, dan religusitas berpengaruh secara simutan atau bersama – sama terhadap

perilaku konsumsi. Maka model regresi ini dapat digunakan untuk melihat perilaku konsumsi masyarakat muslim di Kota Tangerang.

Uji Parsial (Uji Statistic t)

Untuk mengetahui bahwa pendidikan, pendapatan, dan religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen, amak dilakukan uji statistic t. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas t hitung dengan nilai alpha yaitu 0,05. Apabila nilai – nilai probabilitas t hitung lebih kecil dari niali alpha 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal: 1) Tingkat pendidikan mempunyai pengaruh tidak signifikan bagi perilaku konsumen masyarakat muslim di Kota Tangerang. Hal ini dapat dilihat dari hasil regresi sebesar 0,124 di mana nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. 2) Tingkat Pendapatan mempunyai pengaruh tidak signifikan bagi perilaku konsumen masyarakat muslim di Kota Tangerang. Hal ini dapat dilihat dari hasil regresi sebesar 0,196, di mana nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. 3) Tingkat Religiusitas mempunyai pengeruh signifikan begi perilaku konsumen masyarakat muslim di Kota Tangerang. Hal ini dapat dilihat dari hasil regresi sebesar 0,000 di mana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. 4) Dalam hasil uji F pada model regresi berupa variabel pendapatan, pendidikan, dan religiusitas berpengaruh secara simutan bagi perilaku konsumen masyarakat muslim di Kota Tangerang. 5) Sedangkan dalam hasil uji parsial pada model regresi berupa variabel pendidikan dan pendapatan berpengaruh tidak signifikan, dan variabel religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumen masyarakat muslim di Kota Tangerang secara parsial.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, A. (2016). Pola dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim di Provinsi Jambi (Telaah Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Keimanan). *Jurnal Prespektf Pembiayaa dan Pembangunan Daerah Vol. 4 No.2*, 73-88.
- BPS. (2022). *Indikator Kesejahteraan Rakyat Kota Tangerang*. Kota Tangerang: BPS Kota Tangerang.
- BPS Kota Tangerang. (2022). *Kota Tangerang Dalam Angka Tangerang Municipality In Figures*. Kota Tangerang: BPS.
- Damopolii, M. (2011). *Pesantren Modern IMMIM Muslim Modern*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Glock, & Stark. (1965). *Religion and Society in Tension (diterjemahkan oleh Ancok dan Suroso dalam karayanya yang berjudul Psikologi Islami)*. Chicago: Rand McNally.
- Linda, S. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Muslim Membeli Produk Tanpa Labelisasi Halal (Studi Kasus J.CO Donuts and Coffee Carefour Medan). *Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara*, 1-106.
- Marwanti, E. S. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Muslim Terhadap Pembelian Produk Makanan (Studi Retsuran Pizza Hut Makassar). *Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar*, 1-118.
- Mufidah, J.E., Hidayat, A.R., Hidayat, R.Y. (2019) Tinjauan Teori Konsumsi Menurut Al Ghazali terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung), *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Volume 5, No. 2, Tahun 2019. Hal 422
- Nizar, (2002). *Filsafat Pendidikan Isalm Pendekatan Histiris, Toritis dan Praktis*. Jakarta: Ciputat Pres
- Rahardja, P. (1994). *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Klaten: PT. Intan Pariwara.
- Rahardja, P., Mandala, & Manurung. (2004). *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

- Rionita , D., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 6 No 2 Februari*, 288-304.
- Suprijanto. (2007). Pendidikan Orang Dewasa. Jakarta:Bumi Aksara
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono. (2018). Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *AI-INTAJ Vol. 4 No. 2 September* , 308-327.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Maliyah Vol.1 No.1 Juni*, 22-39.
- Yunus, H. M. (1979). *Sejarah Pendidikan Islam di Indonesia*. Jakarta : Mutiara.