

**PENGARUH SOSIAL BUDAYA DAN PSIKOLOGIS  
TERHADAP PERILAKU EKONOMI  
MAHASISWA BIDIKMISI IAIN PALANGKA RAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
2022/1443 H**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH SOSIAL BUDAYA DAN PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU EKONOMI MAHASISWA BIDIKMISI IAIN PALANGKA RAYA**

NAMA : MUHAMMAD MAFRUKHI FAHMI

NIM : 1804120769

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

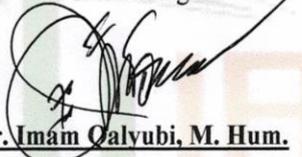
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Maret 2022

Menyetujui

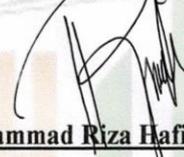
Pembimbing I



Dr. Imam Qalyubi, M. Hum.

NIP. 197204042000031005

Pembimbing II



Muhammad Riza Hafizi, M. Sc.

NIP. 198806172019031006

Mengetahui

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag.

NIP. 197404232001121002

Ketua Jurusan

Ekonomi Islam



Dr. Itsla Yunisya Aviva, M.E.Sv.

NIP. 198910102015032012

## NOTA DINAS

**Hal : Mohon diuji skripsi**

**Saudara Muhammad Mafrukhi Fahmi**

Palangka Raya, Maret 2022

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi

FEBI IAIN Palangka Raya

Di –

Palangka Raya

*Assalamua'alaikum Warahamtullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Mafrukhi Fahmi

NIM : 1804120769

Judul : **PENGARUH SOSIAL BUDAYA DAN  
PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU  
EKONOMI MAHASISWA BIDIKMISI IAIN  
PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pembimbing I

Dr. Imam Qalyubi, M. Hum.

NIP. 197204042000031005

Pembimbing II

Muhammad Riza Hafizi, M. Sc.

NIP. 198806172019031006

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH SOSIAL BUDAYA DAN PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU EKONOMI MAHASISWA BIDIKMISI IAIN PALANGKA RAYA”**. Oleh **Muhammad Mafrukhi Fahmi, NIM : 1804120769** telah dimunqasahkan oleh tim *munaqasah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN Palangka Raya pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 14 April 2022

Palangka Raya, 14 April 2022

### TIM PENGUJI

- 1 **Jelita, M.SI.**  
(Ketua Sidang/Penguji) (.....)
- 2 **Dr. H. Sugianto, M. Pd.**  
(Penguji I) (.....)
- 3 **Dr. Imam Qalyubi, M.Hum.**  
(Penguji II) (.....)
- 4 **M. Riza Hafizi, M.Sc.**  
(Penguji/Sekretaris) (.....)

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Palangka Raya

**Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag.**

**NIP. 197404232001121002**

# Pengaruh Sosial Budaya Dan Psikologis Terhadap Perilaku Ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya

## ABSTRAK

Oleh: Muhammad Mafrukhi Fahmi

NIM. 1804120769

Sosial Budaya dan Psikologis merupakan dua kekuatan yang mempengaruhi perilaku ekonomi mahasiswa. Karena jika pengaruh dari sosial budaya dan psikologis yang diberikan dalam ruang lingkup tersebut tepat maka akan mempengaruhi perilaku ekonomi yang lebih baik. Meski sudah menerapkan pembinaan sosial budaya dan psikologis dilapangan menunjukkan masih ada beberapa perilaku ekonomi mahasiswa yang kurang tepat dan kurang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosial budaya dan psikologis secara parsial dan simultan terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian *expost facto*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 61 orang yang terdaftar sebagai penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya dari tahun 2018-2019. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *proportional cluster random sampling* dengan rumus *solvin* dan nilai toleransi 10%. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan program SPSS Versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan sosial budaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi mahasiswa Bidikmisi sebesar 27,3%, dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,920 dan tingkat probabilitas signifikan  $0,005 < 0,05$ . Psikologis berpengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi mahasiswa Bidikmisi sebesar 33% dengan nilai  $t_{hitung}$  variabel psikologis sebesar 3,452 dengan tingkat nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sosial budaya dan psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi mahasiswa Bidikmisi sebesar 60,3%, dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 44,130 dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Kata kunci: sosial budaya, psikologis, dan perilaku ekonomi.

## ***Socio-Cultural and Psychological Influence on The Economic Behavior of Students Bidikmisi IAIN Palangka Raya***

### ***Abstract***

by: Muhammad Mafrukhi Fahmi

NIM. 1804120769

*Culture and Psychology are two forces that influence the economic behavior of students. Because if the influence of socio-cultural and psychological given in that scope is appropriate it will affect economic behavior better. Although it has implemented socio-cultural and psychological coaching on the ground shows there are still some economic behaviors of students who are not appropriate and less maximal. This research aims to find out the socio-cultural and psychological influence partially and simultaneously on the economic behavior of students receiving the IAIN Palangka Raya Bidikmisi Scholarship.*

*The type of research used in this research is a quantitative method with an *expost facto* type of research. The method of data collection in this study uses questionnaires and documentation. The sample in this study amounted to 61 people who were registered as recipients of the IAIN Palangka Raya Bidikmisi Scholarship from 2018-2019. Sampling in this study used proportional cluster random sampling with solvin formula and a tolerance value of 10%. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the SPSS Version 22 program.*

*The results showed socio-culturally significant influence on student economic behavior of Bidikmisi by 27.3%, with a  $T_{calculates}$  score of 2,920 and a significant probability rate of  $0.005 < 0.05$ . Psychologically significant influence on the economic behavior of students Bidikmisi by 33% with a  $T_{Calculates}$  psychological variable value of 3,452 with a significance value of  $0.001 < 0.05$ . Socio-cultural and psychological simultaneously significantly affect the economic behavior of students Bidikmisi by 60.3%, with  $F_{Calculates}$  numeracy value of 44,130, and significant value of  $0.000 < 0.05$ .*

***Keywords: Sosio-Cultural, Psychological, Economic Behavior.***

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah mengkaruniakan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Sosial Budaya Dan Psikologis Terhadap Perilaku Ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya” dengan lancar. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Shallallahu'alahi Wasallam beserta keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman.

Skripsi ini dikerjakan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan, dan saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan, terutama peneliti mengucapkan terimakasih kepada Yang Terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya;
2. Bapak Dr. Sadiani, M.H. Selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya;
3. Bapak Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya;
4. Ibu Dr. Itsla Yunisva Aviva, M.E.Sy., Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam;

5. Ibu Jelita M. SI., Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan juga Dosen Penasihat Akademik selama peneliti menjalani perkuliahan;
6. Bapak Dr. Imam Qalyubi, M. Hum, dan Bapak Muhammad Riza Hafizi, M. Sc. Selaku pembimbing I dan pembimbing II yang selalu membimbing dan meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan, pikiran dan penjelasan kepada peneliti;
7. Dosen-dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan seluruh Dosen IAIN Palangka Raya telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan;
8. Terimakasih sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada kedua orang tua Ayahanda Aripin Busran dan Ibunda Jamilah serta Abang Arief Jamil juga keluarga tercinta, berkat do'a dan motivasinya yang tiada henti dari mereka hingga akhirnya peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini;
9. Terima kasih yang setulusnya peneliti haturkan untuk Ibunda Prapti Budi Astuti, S.H. beserta keluarga, karena berkat motivasi dan dorongan moril maupun materil yang telah diberikan selama ini mampu membuat peneliti bertahan dan berjuang hingga garis finish, semoga Allah membalas segala kebaikan dengan yang lebih baik lagi. Serta ananda kelak dapat mengikut dan meneruskan apa yang telah diajarkan beliau;
10. Terimakasih kepada Pengelola Bidikmisi di lingkungan IAIN Palangka Raya yang telah bersedia memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan telah bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti;

11. Terimakasih kepada seluruh teman-teman mahasiswa tahun angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan, motivasi serta doa kepada peneliti;
12. Ucapan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, akan tetapi peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebagaimana mestinya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta balasan kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Aamiin yaa Rabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palangka Raya, Maret 2022

Peneliti,

**Muhammad Mafrukhi Fahmi**  
**NIM. 1804120769**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Mafrukhi Fahmi  
NIM : 1804120769  
Program Studi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenjang : Strata Satu/S1

Bahwa Skripsi dengan judul “PENGARUH SOSIAL BUDAYA DAN PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU EKONOMI MAHASISWA BIDIKMISI IAIN PALANGKA RAYA” benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak tepat sesuai dengan etika keilmuan. Jika ditemukan adanya penggaran maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Maret 2022

Yang Membuat Pernyataan



**Muhammad Mafrukhi Fahmi**

**NIM. 1804120769**

## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يَنْظُرُ إِلَى صُورِكُمْ وَأَمْوَالِكُمْ وَلَكِنْ يَنْظُرُ إِلَى قُلُوبِكُمْ  
وَأَعْمَالِكُمْ

*“Sungguh Allah tidak melihat rupa dan harta kalian, melainkan melihat hati dan  
amal kalian.”*

[HR Muslim]



## DAFTAR ISI

|                                      |             |
|--------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>           | <b>i</b>    |
| <b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>      | <b>ii</b>   |
| <b>NOTA DINAS.....</b>               | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>       | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                 | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>           | <b>vii</b>  |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>  | <b>x</b>    |
| <b>MOTTO .....</b>                   | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>               | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>             | <b>xv</b>   |
| <b>TABEL BAGAN.....</b>              | <b>xvi</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>         | <b>xvii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>             |             |
| A. Latar Belakang Masalah.....       | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....             | 6           |
| C. Tujuan Penelitian.....            | 6           |
| D. Manfaat Penelitian.....           | 7           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>         |             |
| A. Penelitian Terdahulu.....         | 9           |
| B. Kerangka Teori dan Konsep .....   | 19          |
| 1. Kerangka Teori .....              | 19          |
| a. Teori Sosial Budaya.....          | 19          |
| b. Teori Psikologis.....             | 22          |
| c. Teori Perilaku Ekonomi.....       | 23          |
| 2. Kerangka Konsep .....             | 27          |
| a. Definisi Beasiswa Bidikmisi ..... | 27          |
| 1) Landasan Hukum .....              | 27          |
| 2) Misi.....                         | 29          |
| 3) Tujuan.....                       | 30          |
| 4) Sasaran.....                      | 30          |

|   |    |
|---|----|
| 5) Penyelenggara.....                                     | 31 |
| 6) Pengelola .....  | 31 |
| 7) Persyaratan Calon Penerima.....                        | 33 |
| 8) Kuota Penerima .....                                   | 35 |
| 9) Jangka Waktu Pemberian .....                           | 35 |
| 10) Penggunaan Dana .....                                 | 35 |
| b. Definisi Sosial Budaya .....                           | 36 |
| c. Definisi Psikologis.....                               | 40 |
| d. Definisi Perilaku Ekonomi .....                        | 50 |
| e. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku ekonomi ..... | 52 |
| f. Indikator Perilaku Konsumen.....                       | 55 |
| C. Kerangka Pikir.....                                    | 67 |
| D. Hipotesis Penelitian .....                             | 68 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....    | 71 |
| B. Waktu dan Tempat Penelitian.....        | 72 |
| 1. Waktu Penelitian.....                   | 72 |
| 2. Lokasi Penelitian .....                 | 73 |
| C. Definisi Operasional .....              | 73 |
| D. Populasi dan Sampel Penelitian.....     | 75 |
| 1. Populasi Penelitian .....               | 75 |
| 2. Sampel Penelitian .....                 | 76 |
| E. Metode Pengumpulan Data .....           | 79 |
| 1. Angket .....                            | 79 |
| 2. Dokumentasi.....                        | 81 |
| F. Uji Analisis Penelitian .....           | 82 |
| 1. Uji Instrumen Penelitian.....           | 82 |
| a. Validasi Konstrak .....                 | 72 |
| b. Reliabilitas .....                      | 86 |
| G. Uji Prasyarat Analisis .....            | 88 |
| 1. Uji Normalitas .....                    | 88 |
| 2. Uji Multikolinearitas.....              | 89 |
| 3. Uji Heterokedasitas.....                | 89 |
| H. Analisis Data.....                      | 90 |
| 1. Konsep Pengukuran .....                 | 90 |
| 2. Uji Hipotesis .....                     | 91 |
| a. Analisis Linear Berganda .....          | 91 |
| b. Uji t (Parsial) .....                   | 92 |
| c. Uji Serentak F (Serentak/Simultan)..... | 93 |
| I. Sistematika Penulisan .....             | 95 |

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|  |            |
|--|------------|
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....        | 96         |
| B. Penyajian Data.....                         | 99         |
| 1. Karakteristik Responden.....                | 99         |
| 2. Penyajian Data.....                         | 102        |
| a. Penyajian Data Sosial Budaya ( $X_1$ )..... | 102        |
| b. Penyajian Data Psikologis ( $X_2$ ).....    | 105        |
| c. Penyajian Data Perilaku Ekonomi (Y).....    | 107        |
| 3. Hasil Uji Asumsi Klasik .....               | 110        |
| a. Uji Normalitas .....                        | 110        |
| b. Uji Multikolinearitas.....                  | 110        |
| c. Uji Heteroskedasitas .....                  | 111        |
| d. Uji Hipotesis .....                         | 112        |
| 1) Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....  | 112        |
| 2) Uji t (Parsial).....                        | 114        |
| e. Uji F.....                                  | 115        |
| C. Pembahasan .....                            | 117        |
| <b>BAB V PENUTUP</b>                           |            |
| A. Kesimpulan.....                             | 130        |
| B. Saran .....                                 | 130        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                    | <b>132</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                           | <b>136</b> |

## DAFTAR TABEL

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....   | 17  |
| Tabel 2.2 Perbedaan Antara Skala Psikologi dan Angket.....                                | 47  |
| Tabel 2.3 Contoh Norma Skala Psikologi.....   | 49  |
| Tabel 2.4 Perbedaan Perilaku Konsumsi Konvensional dengan<br>Konsumsi Ekonomi Islam ..... | 66  |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....  | 74  |
| Tabel 3.2 Jumlah Penerima Beasiswa Bidikmisi 2018-2019.....                               | 75  |
| Tabel 3.3 Jumlah Populasi dan Sampel Penerima BM 2018-2019.....                           | 79  |
| Tabel 3.4 Kisi-kisi pernyataan yang digunakan dalam angket .....                          | 81  |
| Tabel 3.5 Keputusan Validitas Variabel X1 (Sosial Budaya).....                            | 84  |
| Tabel 3.6 Keputusan Validitas Variabel X2 (Psikologis) .....                              | 85  |
| Tabel 3.7 Keputusan Validitas Variabel Y (Perilaku Ekonomi).....                          | 85  |
| Tabel 3.8 Tingkat Keandalan <i>Cronbach Alpha</i> .....                                   | 87  |
| Tabel 3.9 Uji Reliabilitas .....  | 87  |
| Tabel 3.10 Skala Penilaian <i>Likert</i> .....  | 91  |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....  | 99  |
| Tabel 4.2 Kategorisasi rata-rata skor penilaian responden .....                           | 102 |
| Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden X1.....                                 | 102 |
| Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden X2.....                                 | 105 |
| Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Y.....                                  | 107 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Data.....  | 110 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....  | 111 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Park .....                             | 112 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....   | 112 |
| Tabel 4.10 Hasil Estimasi Regresi Penelitian .....  | 113 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji t.....   | 114 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji F.....   | 116 |

## DAFTAR BAGAN

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Bagan 2. 1 Kerangka Pikir ..... | 68 |
|---------------------------------|----|



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....   | 136 |
| Lampiran 2 Data Responden.....   | 142 |
| Lampiran 3 Tabulasi Data Sosial Budaya ( $X_1$ ).....  | 143 |
| Lampiran 4 Tabulasi Data Psikologis ( $X_2$ ).....   | 144 |
| Lampiran 5 Tabulasi Data Perilaku Ekonomi (Y).....   | 145 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Validitas $X_1$ Sosial Budaya.....  | 146 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Psikologis ( $X_2$ ).....   | 147 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Perilaku Ekonomi (Y).....   | 148 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Realibilitas.....   | 149 |
| Lampiran 10 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas, Multikolinearitas dan Heteroskedasitas Uji Park..... | 150 |
| Lampiran 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....   | 151 |
| Lampiran 12 r Tabel.....   | 152 |
| Lampiran 13 Dokumentasi Uji Validitas Konstrak dan Face Validity.....                                | 153 |
| Lampiran 14 Persetujuan Penelitian Oleh WR III.....  | 154 |
| Lampiran 15 Penyebaran Angket Kuesioner Penelitian ke Responden.....                                 | 155 |
| Lampiran 16 Lampiran Data Responden Sampel Penelitian G. Form.....                                   | 156 |
| Lampiran 17 SK Penerima Beasiswa Bidikmisi Tahun Angkatan 2018....                                   | 157 |
| Lampiran 18 SK Penerima Beasiswa Bidikmisi Tahun Angkatan 2019....                                   | 163 |
| Lampiran 19 Surat Pernyataan Telah Uji Face Validity.....  | 167 |
| Lampiran 20 Surat Permohonan Izin Penelitian.....  | 168 |
| Lampiran 21 Surat Persetujuan Penelitian.....  | 169 |
| Lampiran 22 Surat Telah Selesai Melakukan Penelitian.....  | 170 |
| Lampiran 23 Berita Acara Seminar Proposal.....   | 171 |
| Lampiran 24 Berita Acara Munaqasah Skripsi.....  | 172 |
| Lampiran 25 Biografi Penulis.....  | 173 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Mewujudkan insan paripurna yang memiliki wawasan yang luas serta bermanfaat bagi masyarakat umum. Hal ini sejalan dan merupakan pokok utama tujuan bangsa Indonesia yang tertuang di dalam Undang-undang Dasar 1945 alenia ke IV yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa.

Salah satu program pemerintah dalam mewujudkan hal tersebut adalah dengan munculnya program beasiswa bidikmisi (Biaya Pendidikan Mahasiswa Miskin Berprestasi) yang perdana dikeluarkan oleh pemerintah sejak tahun 2010.<sup>1</sup> Tentunya dalam hal ini dalam menyukseskan harapan para pendahulu bangsa serta program pemerintah tersebut diperlukan *stakeholders* seperti Lembaga Pendidikan dan perguruan tinggi dalam melaksanakan pengelolaan dana tersebut.

Selain daripada pentingnya beasiswa tersebut tentu harapan besar pemerintah adalah dengan terbentuknya insan paripurna yang kompetitif, kredibel, inovatif. Dalam rangka pembangunan Sumber Daya Manusia yang unggul bagi kemajuan bangsa dimasa yang akan datang. Oleh sebab itu, selain dari pengelolaan dana beasiswa yang baik. Tentunya, para penerima beasiswa bidikmisi tersebut pun harus dapat berperan aktif dalam kemajuan Lembaga serta meningkatkan kualitas diri. Dalam pengembangan diri ini, tentunya berkaitan erat perilaku ekonomi dari penggunaan bantuan dana

---

<sup>1</sup><https://news.okezone.com/read/2015/02/24/65/1109889/apa-itu-bidikmisi>, diakses pada 11 November 2020. Pukul 10.30 WIB.

Pendidikan tersebut. Perilaku ekonomi khususnya konsumen adalah setiap orang yang memenuhi kebutuhannya dengan cara melakukan kegiatan konsumsi.<sup>2</sup> Selain itu, perlu untuk menggunakan beasiswa tersebut secara tepat guna.

Beasiswa Bidikmisi ini memiliki sasaran yaitu lulusan jenjang Pendidikan menengah yang terdiri atas lulusan SMA/SMK/MA/MAK atau bentuk lain yang sederajat yang berprestasi dan orang tua/walinya kurang mampu secara ekonomi. Dengan jangka waktu pemberian beasiswa selama 8 (delapan) semester untuk program Diploma IV dan S1, dan selama 6 (enam) Semester untuk program diploma III dengan ketentuan penerima beasiswa bestatus mahasiswa aktif.<sup>3</sup>

Beasiswa Bidikmisi memiliki misi untuk menghidupkan harapan bagi masyarakat kurang mampu untuk terus menempuh Pendidikan sampai kejenjang Pendidikan tinggi, menghasilkan sumber daya insani yang mampu berperan dalam memutus rantai kemiskinan. Serta bertujuan untuk meningkatkan motivasi belajar dan prestasi calon mahasiswa, khususnya mereka yang menghadapi kendala ekonomi, meningkatkan akses dan kesempatan belajar diperguruan tinggi bagi rakyat Indonesia yang berpotensi akademik tinggi dan kurang mampu secara ekonomi, menjamin keberlangsungan studi mahasiswa sampai selesai, meningkatkan prestasi mahasiswa baik pada bidang akademik/kurikuler ko-kurikuler maupun ekstrakurikuler, menimbulkan dampak untuk menggiring bagi mahasiswa dan

---

<sup>2</sup><https://www.dosenpendidikan.co.id/pelaku-ekonomi.html>, diakses pada, minggu, 11 April 2021. Pukul 19.30 WIB.

<sup>3</sup>Departemen Pendidikan Nasional Dirjen Dikti, Panduan Program Beasiswa Bidikmisi, Jakarta: Direktorat Kelembagaan, 2010, h. 3-4

calon mahasiswa lain untuk selalu meningkatkan prestasi, serta melahirkan lulusan yang mandiri, produktif dan memiliki kepedulian sosial, sehingga mampu berperan dalam upaya mengentaskan kemiskinan.<sup>4</sup>

Berdasarkan hal tersebut IAIN Palangka Raya sebagai Lembaga pelaksana Pendidikan Tinggi di Kalimantan Tengah merupakan salah satu bagian dari yang menjalankan peran serta perpanjangan tangan pemerintah untuk mewujudkan cita-cita bangsa. Oleh sebab itu, Institut sebagai pengelola dana beasiswa memiliki tanggung jawab untuk pelaksanaan proses seleksi serta pengarahan pengembangan mahasiswa penerima beasiswa untuk memiliki bekal yang cukup menjadi insan paripurna yang bermanfaat bagi kemajuan bangsa dikemudian hari.

Intitut sebagai penyalur dana perpajakan tangan dari peran pemerintah untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Tentunya apabila pengelola telah baik dalam memajemen pengelolaan dana tersebut. Maka yang perlu diperhatikan dalam tercapainya cita-cita sesuai yang diharapkan adalah pola perilaku ekonomi dalam penggunaan dana yang telah didapatkan oleh para Mahasiswa yang menerima beasiswa Bidikmisi tersebut.<sup>5</sup>

Pembentukan jiwa dan karakter yang baik dalam penggunaan dana bantuan yang bijak serta diharapkan oleh bangsa tentunya berkaitan erat dengan pengaruh sosial budaya dan psikologis mahasiswa. Pengaruh sosial budaya dapat dilihat sebagai pola dalam suatu wilayah lokal, dipandang secara birokratis dan sesuatu yang terorganisir, berkembang, berbudaya termasuk teori pemikiran sistem kepercayaan dan aktivitas sehari-hari, hal ini

---

<sup>4</sup>*Ibid.*, h. 2-3

<sup>5</sup>Wawancara dengan IS di Palangka Raya Tanggal 31 Maret 2021

dapat diterapkan dalam praktek keseharian. Terkadang sosial budaya digambarkan menjadi suatu yang tidak dapat ditangkap oleh akal sehat atau sesuatu diluar kemampuan panca indra.<sup>6</sup> dan Pengaruh Psikologis adalah merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang dinamika kejiwaan manusia melalui perilaku.<sup>7</sup> Selain itu terdapat Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku mahasiswa sebagai konsumen salah satunya dipengaruhi oleh literasi ekonomi. Sina menyatakan bahwa “Rendahnya literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumtif masyarakat”.<sup>8</sup> Sehingga hal ini akan berpengaruh kepada pola perilaku ekonomi mahasiswa.

Indikator untuk mengetahui perilaku ekonomi konsumen mahasiswa sebagai berikut; Pemenuhan kebutuhan sesuai intensitas, Penerapan prinsip ekonomi dalam konsumsi, Motif melakukan konsumsi, Skala prioritas dalam konsumsi, Selektif dalam konsumsi.<sup>9</sup> Ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan (*small reference groups*) dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, gambaran diri (*self-concept*).<sup>10</sup>

Agar program pembiayaan perkuliahan tersebut dapat terserap secara optimal dan dipergunakan dengan tepat sasaran. Penggunaan dana yang bijak

---

<sup>6</sup>Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu antropologi*, Jakarta: Gramedia, 2002, h. 203

<sup>7</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala Psikologi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2020, h.

1

<sup>8</sup>Peter Garlans Sina, *Analisis Literasi Ekonomi*, Salatiga: Jurnal Economia, Volume 8, No. 2, 2012, h. 136

<sup>9</sup>Muaddab, Hafis. “Faktor yang Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumsi Hijau pada Siswa SMK Negeri se Kabupaten Jombang”. Vol 2 Nomor 2 tahun h. 128

<sup>10</sup>A.A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Refika Aditama: 2009, h. 39

sebagaimana dikemukakan oleh Yusuf Al-Qardhawi menyatakan bahwa ada 3 norma dasar yang hendaknya menjadi landasan dalam perilaku konsumen muslim yaitu;<sup>11</sup> Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, Tidak melakukan kemubaziran, Menyeimbangkan pendapatan dan pengeluaran.

Ketika peneliti melakukan beberapa observasi awal dengan responden penerima beasiswa bidikmisi pada Mahasiswa IAIN Palangka Raya, didapatkan beberapa permasalahan, yaitu : (1) Tidak adanya Kepengurusan dalam setiap angkatan untuk kaderisasi anggota dan forum bidik misi sehingga penerima bidikmisi cenderung tidak terarah dengan baik dalam menjalankan perannya; (2) Susahnya komunikasi apabila ingin mengadakan agenda (*event*) bersifat nasional karena tidak adanya kepengurusan secara administratif; (3) Sulitnya mendapatkan rekam jejak serta informasi bagi alumni maupun calon penerima beasiswa bidikmisi; (4) Tidak adanya kepengurusan menyebabkan sulitnya *controlling* dalam pertanggung jawaban penggunaan dana serta; (5) Sulitnya mencari informasi apabila ada beberapa orang yang tidak bertanggung jawab terhadap pakta integritas yang telah ditanda tangani dan mengundurkan diri tanpa keterangan yang jelas. Bahkan apabila informasi terkait oknum tersebut didapatkan pasti memerlukan waktu yang lama sehingga memperlambat proses administrasi bagi penerima beasiswa bidikmisi lainnya.<sup>12</sup>

Dengan adanya bantuan dana tersebut seharusnya memudahkan Mahasiswa dalam mengenyam pendidikan. Terkait dengan administrasi dan

---

<sup>11</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema insani,1995 ,h. 148

<sup>12</sup>Wawancara dengan AA di Palangka Raya Tanggal 15 April 2021

juga kebutuhan primer dalam menunjang keberlangsungan kelancaran proses pendidikan. Akan tetapi realita dilapangan masih ada beberapa oknum yang menggunakan dana tersebut tidak tepat sasaran. Sehingga, dewasa ini perlu adanya perilaku ekonomi yang baik dan bijak bagi setiap individu untuk mencapai maksud dan tujuan yang diharapkan. Pengaruh sosial budaya dan psikologis mahasiswa serta perilaku ekonomi yang tepat tentunya akan membantu mengarahkan para mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi untuk mempergunakan dana dengan bijak dan baik, hal ini akan berdampak pada tercapainya tujuan dan sasaran yang tepat sesuai dengan harapan pemerintah. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang lebih mendalam dalam sebuah karya ilmiah dengan judul “Pengaruh Sosial Budaya Dan Psikologis Terhadap Perilaku Ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya”.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Seberapa besar pengaruh sosial budaya penerima beasiswa bidikmisi terhadap perilaku ekonomi mahasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya?
2. Seberapa besar pengaruh psikologis penerima beasiswa bidikmisi terhadap perilaku ekonomi mahasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya?
3. Seberapa besar pengaruh sosial budaya dan psikologis secara simultan signifikan terhadap perilaku ekonomi mahasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh sosial budaya penerima beasiswa bidikmisi terhadap perilaku ekonomi mahasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya.

2. Untuk mengetahui pengaruh psikologis penerima beasiswa bidikmisi terhadap perilaku ekonomi mahasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya.
3. Untuk mengetahui pengaruh sosial budaya dan psikologis secara simultan signifikan terhadap perilaku ekonomi mahasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Selesainya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

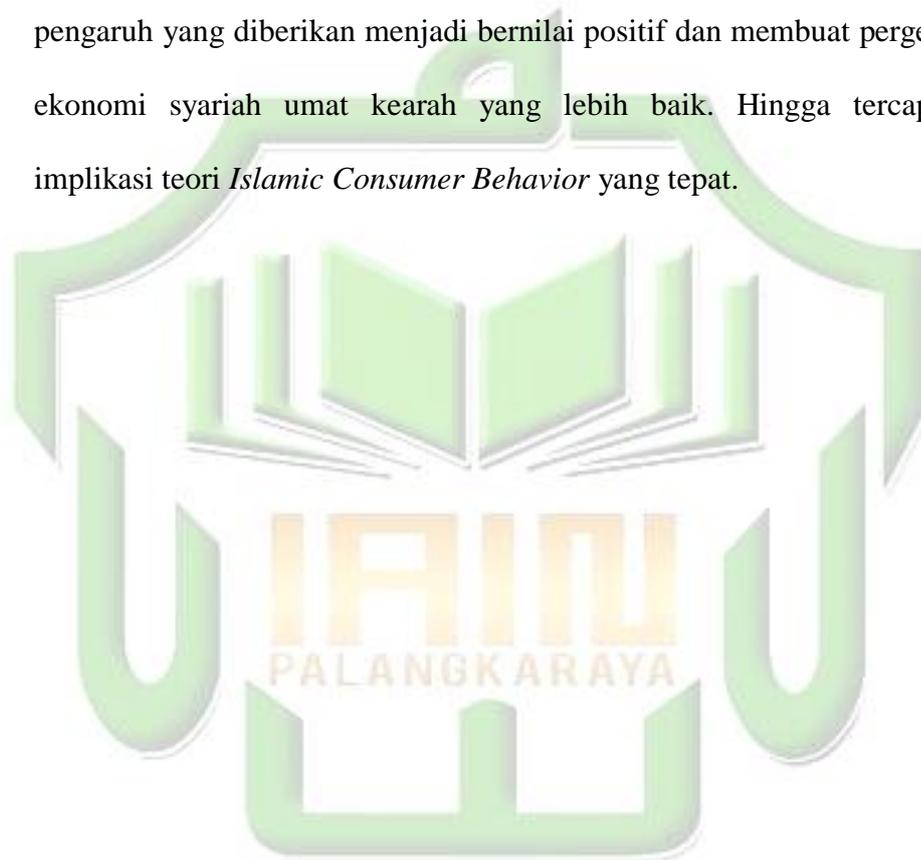
Selesainya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

##### **1. Kegunaan Praktis**

Peneliti mengharapkan hasil dari penelitian ini memberikan manfaat yang baik bagi para pembaca. Untuk Pengelola Beasiswa Bidikmisi tentunya dapat menjadi bahan pertimbangan untuk membuat kebijakan serta Manajemen Kontrol terhadap mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi sehingga dapat meminimalisir permasalahan yang terjadi bahkan menjadi langkah preventif terhadap penyimpangan perilaku ekonomi mahasiswa. Untuk penerima beasiswa Bidikmisi diharapkan menjadi bahan bacaan serta sumbangsih pemikiran dalam memperkaya khazanah literatur Ekonomi Syariah yang dapat menjadi rujukan memperbaiki perilaku ekonomi yang lebih tepat guna dan sesuai dengan tujuan dari bantuan biaya pendidikan yang telah diterima.

## 2. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan yang bermanfaat dalam hal kepentingan ilmiah, sehingga dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan intelektual dalam Ekonomi Syariah. Serta dapat mengembangkan Teori *Action* (tindakan) dalam sosial budaya kearah sosial budaya menurut perspektif Ekonomi Islam. Sehingga pengaruh yang diberikan menjadi bernilai positif dan membuat pergerakan ekonomi syariah umat kearah yang lebih baik. Hingga tercapainya implikasi teori *Islamic Consumer Behavior* yang tepat.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis. Adapun penelitian yang berkaitan dengan penelitian penulis adalah sebagai berikut:

Peneliti Pertama, Sudarni Chomsyatun, “Pengaruh Pemberian Beasiswa Bidikmisi Terhadap Motivasi Berprestasi Mahasiswa Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”. Skripsi Tahun 2018. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Pemberian Beasiswa Bidikmisi Terhadap Motivasi Berprestasi Mahasiswa Di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dan Untuk Bagaimana Pengaruh Pemberian Beasiswa Bidikmisi Terhadap Motivasi Berprestasi Mahasiswa Di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, penelitian bersifat deskriptif analisis, sumber data yang digunakan yakni data primer dan data sekunder, populasi dan sampel 60 mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Universitas Raden Intan Lampung, metode analisis data yakni dengan uji

regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Pemberian beasiswa bidikmisi mempunyai pengaruh signifikan terhadap motivasi berprestasi mahasiswa angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Dan Mahasiswa penerima bidikmisi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung telah menjadi sumber daya insani yang cukup baik, dimana mampu mengimplikasikan ilmu dengan rujukan pada aturan normatif yang ada didalam Al-Qur'an dan AL-Hadist, serta memiliki motivasi yang cukup baik, dilihat dari amanah, bertanggung jawab dalam mengerjakan tugas, dan memiliki *self-efficacy* yaitu selalu optimis, tidak putus asa dan mempunyai keyakinan diri dalam menyelesaikan tugas atau kesulitan-kesulitan dengan baik.<sup>13</sup> Manfaat penelitian pertama bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan persamaan pada teori sosial budaya terhadap perilaku ekonomi.

Peneliti Kedua, Rana Parascantika, “Pengaruh *Self-Esteem*, Dukungan Sosial, Dan Religiusitas Terhadap Resiliensi Mahasiswa Perantau Bidikmisi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”. Skripsi Tahun 2020. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh *self-ekstem*, dukungan sosial, dan *religiusitas* terhadap resiliensi mahasiswa perantau Bidikmisi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan total sampel yang digunakan berjumlah 225 mahasiswa perantau UIN Jakarta yang memperoleh program Bidikmisi. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penulis menggunakan alat ukur *The Connor Davidson Resilience Scale (CD-RISC)*

---

<sup>13</sup>Sudarni Chomsyatun, “Pengaruh Pemberian Beasiswa Bidikmisi Terhadap Motivasi Berprestasi Mahasiswa Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”, Skripsi, Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, h. ii

yang dikembangkan oleh Connor dan Davidson (2003) untuk mengukur resiliensi, *Rosenberg Self-Esteem Scale* yang dikembangkan Rosenberg et al. (1995) untuk mengukur *Self-Esteem*, untuk mengukur dukungan sosial penulis menggunakan alat yang dikonstruksi dengan empat dimensi sesuai dengan teori Sarafino (2011), dan Skala religiusitas yang dikembangkan Kandler et al. (2003) untuk mengukur religiusitas. Untuk menguji validitas alat ukur menggunakan teknik *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dan *Multiple Regression Analysis* digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *self-esteem*, dukungan sosial, dan *religiusitas* terhadap resiliensi sebesar 51%. Kemudian berdasarkan hasil uji koefisien regresi pada masing-masing variabel dapat diketahui bahwa terdapat empat variabel yang signifikan mempengaruhi resiliensi yaitu *self-esteem*, dukungan informasi, dukungan persahabatan, dan *social religiosity*. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang positif bagi pembaca untuk dikaji kembali dan dikembangkan pada penelitian selanjutnya.<sup>14</sup> Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan teori sosial budaya terhadap perilaku ekonomi.

Peneliti Ketiga, Belly Garniasih, “Konsep Diri Mahasiswa Bidik Misi Di Universitas Jember”. Skripsi Tahun 2018. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan, menggambarkan dan menganalisis lebih dalam tentang konsep diri mahasiswa bidikmisi di Universitas Jember. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik

---

<sup>14</sup>Rana Parascantika, “Pengaruh *Self-Esteem*, *Dukungan Sosial*, dan *Religiusitas Terhadap Resiliensi Mahasiswa Perantau Bidikmisi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*”, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020, h. vi

penentuan informan menggunakan teknik purposive. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data memakai berupa inventarisasi data, kategorisasi data, penafsiran data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan metode. Dari hasil analisis data, konsep diri pada mahasiswa bidikmisi dilihat dari tiga aspek yaitu, *mind*, *self* and *society*. Dari segi konsep *mind*, mahasiswa bidikmisi memiliki pemikiran bahwa mereka benar-benar harus melaksanakan tanggung jawab mereka sebagai mahasiswa bidikmisi sebagaimana mestinya dengan menggunakan dana bidikmisi untuk hal yang benar-benar untuk pemenuhan kebutuhan pribadi mereka yang urgent saja, seperti memenuhi kebutuhan untuk membayar uang kos dan kegiatan kuliah mereka. Dari segi konsep *self*, mahasiswa bidikmisi memandang dirinya sebagai anak yang bisa membanggakan orang tua, berprestasi dan bercita-cita tinggi. Dari segi konsep *society*, banyak orang-orang di lingkungan sekitar mahasiswa bidikmisi yang turut membentuk konsep diri mahasiswa bidikmisi dalam hal pertukaran makna dan simbol-simbol yang kemudian digunakan mahasiswa bidikmisi sebagai upaya penunjukan diri. Simbol-simbol yang digunakan oleh mahasiswa bidikmisi, antara lain: (1) IPK sebagai simbol prestasi; (2) Aktif organisasi sebagai simbol eksistensi dan aktualisasi diri; (3) Gaya hidup sederhana sebagai simbol kepatuhan diri. Dari ketiga aspek tersebut, maka peneliti menemukan konsep diri positif dan negatif mahasiswa bidikmisi di Universitas Jember Konsep diri yang positif antara lain: (a) Mahasiswa bidikmisi merupakan anak yang membanggakan orang tua; (b) Mahasiswa

bidikmisi merupakan mahasiswa yang berprestasi dan bercita-cita tinggi; (c) Mahasiswa bidikmisi merupakan mahasiswa yang bertanggung jawab. Kemudian konsep diri yang negatif yang ada didalam diri mahasiswa bidikmisi di Universitas Jember, yaitu: (a) Beberapa mahasiswa bidikmisi di Universitas Jember merasa rendah diri; dan (b) Merasa over percaya diri.<sup>15</sup> Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan persamaan pada teori psikologis terhadap perilaku ekonomi.

Peneliti Keempat, Dede Tiara Rachmawaty “Pengaruh Beasiswa Bidikmisi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta” Skripsi Tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh beasiswa Bidikmisi terhadap prestasi belajar mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini dilakukan di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, yang dilaksanakan pada bulan Januari-September 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Sampel yang digunakan sebanyak 23 Orang yang diambil dari berbagai fakultas di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket Bidikmisi, Wawancara dan dokumentasi. Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan membuktikan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,957 < 2,0796$ , maka  $H_0$  diterima. Hal tersebut didasarkan pada hasil uji hipotesis dengan mempergunakan t-Test terhadap keduanya dengan taraf signifikansi 5%. Maka dengan demikian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh beasiswa Bidikmisi terhadap prestasi belajar mahasiswa penerima beasiswa

---

<sup>15</sup>Belly Garniasih, “*Konsep Diri Mahasiswa Bidik Misi Di Universitas Jember*”, Skripsi, Jember: Universitas Jember, 2018, h. viii-ix

Bidikmisi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.<sup>16</sup> Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan persamaan pada teori psikologis mahasiswa terhadap perilaku ekonomi.

Peneliti Kelima, Haji Takriyuddin dkk, “Pengaruh Beasiswa Bidikmisi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Syiah Kuala” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kewarganegaraan Unsyiah Volume 1, Nomor 1 : 49-60 Tahun 2016*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh beasiswa bidikmisi terhadap prestasi belajar mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Syiah Kuala. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan beasiswa bidikmisi terhadap prestasi belajar mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarga negaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Syiah Kuala. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif Sedangkan jenis penelitian ini adalah korelasi. Jumlah populasi 196 orang. Sampel Mahasiswa Bidikmisi sebesar 30% dari jumlah 66 mahasiswa adalah sebanyak 20 orang. Sedangkan sebagai sampel pembanding Mahasiswa Non Bidikmisi sebesar 15% dari jumlah 130 mahasiswa adalah sebanyak 20 orang dalam jumlah yang sama dengan Mahasiswa Bidikmisi dari setiap Angkatan 2012, 2013, 2014 dan 2015, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 40 orang mahasiswa dari jumlah populasi. Data penelitian ini bersumber dari pengumpulan dokumentasi berupa KHS dengan melihat

---

<sup>16</sup>Dede Tiara Rachmawaty “*Pengaruh Beasiswa Bidikmisi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*”, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018, h. i

Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) Mahasiswa Bidikmisi dan Non Bidikmisi PPKn. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan teknik pengujian uji-t dan uji dua beda. Pengolahan data dilakukan secara manual dan peneliti juga menggunakan alat bantu yaitu Program Aplikasi Pembantu Komputer IBM SPSS Statistics 21. Berdasarkan hasil analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya Pengaruh Beasiswa Bidikmisi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Syiah Kuala. Terbukti hasil uji-t diperoleh  $t_{hitung} = 7,14$  dengan taraf signifikan  $\alpha = 0.05$  melihat tabel distribusi - t dengan  $t(0.05) (19)$  maka diperoleh hasil adalah  $t_{tabel} = 2,09$ , maka diperoleh perbandingan  $t_{hitung} > t_{tabel} (7,14 > 2,09)$  maka  $H_a$  diterima. Saran peneliti kepada Universitas agar dapat terus melakukan pemberian beasiswa kepada mahasiswa yang kurang mampu terutama beasiswa bidikmisi, dengan adanya beasiswa maka motivasi untuk belajar terus meningkat serta mendapatkan prestasi yang gemilang untuk mahasiswa itu sendiri.<sup>17</sup> Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan persamaan pada teori psikologis mahasiswa terhadap perilaku ekonomi.

Peneliti Keenam, Lailan Odja, “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan Dana Beasiswa Bidikmisi (Studi Kasus Mahasiswa/I Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)”, Skripsi Tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan dana beasiswa bidikmisi. Penelitian ini

---

<sup>17</sup>Haji Takriyuddin dkk, *Pengaruh Beasiswa Bidikmisi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Syiah Kuala*, Banda Aceh: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kewarganegaraan Unsyiah Volume 1, Nomor 1 : 49-60, 2016, h. 49

menggunakan metode kuantitatif, dengan jumlah populasi 584 orang mahasiswa/i dan pengambilan sampel menggunakan *Stratified Proportionate Random Sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 58 orang. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan dana beasiswa bidikmisi. Besar pengaruh yang diberikan oleh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan dana beasiswa bidikmisi sebesar 47%.<sup>18</sup> Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan persamaan pada teori Sosial Budaya dan Psikologis mahasiswa terhadap perilaku ekonomi.

Peneliti Ketujuh, Mellya Embun Baining dan Ekawati, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Di Kota Jambi”, *Jurnal Syariah* Vol. VI, No. 1 Tahun 2018. Tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Ma’had Al-Jami’ah UIN STS Jambi dalam menggunakan pendapatannya yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang diisyaratkan dalam Al-Qur’an yaitu hemat, tidak boros, dan tidak bermewah-mewahan, serta tindakan ekonomi hanyalah sekedar untuk memenuhi kebutuhan bukan keinginan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori oleh Monzer Khaf, Muhammad Abdul Mannan, dan Yusuf Qardhawi tentang prinsip-prinsip dalam konsumsi Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif deskriptif. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Ma’had Al-Jami’ah UIN STS

---

<sup>18</sup>Lailan Odja, *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan Dana Beasiswa Bidikmisi (Studi Kasus Mahasiswa/I Program Studi SI Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)*, Skripsi, Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo, 2017, h. vii

Jambi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pendapatan terhadap pola perilaku konsumsi pada mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Ma'had Al-Jami'ah UIN STS Jambi sebesar 52,1%. Berdasarkan hasil deskripsi data responden diketahui bahwa perilaku konsumsi mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Ma'had Al-Jami'ah UIN STS Jambi telah sesuai dengan *syari'at* Islam sekalipun masih belum secara keseluruhan. Dari Hasil analisis data perilaku konsumtif mahasiswa dalam kesehariannya sudah sesuai dengan perilaku konsumsi yang islami, dengan hasil analisis 33% berperilaku *tabdziir/israaf*, 45% berperilaku wajar/moderation, dan 22% berperilaku *bakhil/bukhl*.<sup>19</sup> Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan persamaan pada teori Sosial Budaya dan Psikologis mahasiswa terhadap perilaku ekonomi.

**Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian**

| No. | Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian   | Persamaan   | Perbedaan  |
|-----|---|---|--|
| 1   | Sudarni Chomsyatun (2018) tentang "Pengaruh Pemberian Beasiswa Bidikmisi Terhadap Motivasi Berprestasi Mahasiswa Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam". | Objek penelitian yaitu bidikmisi yang ditinjau melalui perspektif Ekonomi Islam | Variabel Independen yang digunakan selain Sosial Budaya yaitu psikologis sehingga ada 2 variabel independen, indikator yang digunakan pada variabel dependen yaitu perilaku ekonomi. |
| 2   | Rana Parascantika (2020) "Pengaruh <i>Self-Esteem</i> , Dukungan Sosial, Dan  | Variabel Independen yaitu <i>self-esteem</i> ,                                  | Variabel Independen yang digunakan   |

<sup>19</sup>Mellya Embun Baining dan Ekawati, *Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Di Kota Jambi*, Jambi: Jurnal Syariah Vol. VI, No. 1, 2018, h. 87-88

|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
|   | Religiusitas Terhadap Resiliensi Mahasiswa Perantau Bidikmisi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”.  | <i>dukungan sosial, dan religiulitas</i> yang berkaitan dengan psikologi  | sebanyak 3 sedangkan pada penelitian ini 2 variabel yang berkaitan dengan sosial budaya dan psikologi, variabel dependen yang digunakan yaitu perilaku ekonomi.   |
| 3 | Belly Garniasih (2018) “Konsep Diri Mahasiswa Bidik Misi Di Universitas Jember”.   | Persamaan membahas Beasiswa Bidikmisi terkait ketepatan penggunaan sesuai kebutuhan berdasarkan perilaku ekonomi.   | Penelitian sebelumnya menggunakan Variabel Konsep Diri dan Metode kualitatif, sedangkan peneliti saat ini menggunakan metode kuantitatif.   |
| 4 | Lailan Odja (2017), “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan Dana Beasiswa Bidikmisi (Studi Kasus Mahasiswa/I Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)” | Objek Penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu sama dengan yang akan diteliti serta variabel independen literasi keuangan berkaitan dengan psikologis mahasiswa, variabel dependen perilaku mengelola keuangan berkaitan dengan perilaku ekonomi | Perbedaan terhadap penelitian terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu untuk mengetahui pengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terhadap perilaku ekonomi. |

Sumber: Dibuat oleh peneliti

## B. Kerangak Teori dan Konsep

## 1. Kerangka Teori

### a. Teori Sosial Budaya

*Action theory* (teori tindakan) oleh Talcot Parsons bahkan memandang bahwa sistem-sistem tindakan berlaku terhadap tingkatan-tingkatan analisis yang berbeda, mulai dengan organisme tingkah-laku dan sampai bangunan sistem budaya.<sup>20</sup>

Teori sosial budaya dapat dilihat melalui pendekatan dari Teori tindakan atau *action theory* yang dikemukakan oleh Talcot Parsons. Sosial budaya berdasarkan teori tindakan ini terdiri dari empat komponen sebagai berikut:

#### 1) Sistem Budaya '*Culture System*'

Sistem Budaya '*Culture System*' yang merupakan komponen yang abstrak dari kebudayaan yang terdiri dari pikiran-pikiran, gagasan-gagasan, konsep-konsep, tema-tema berpikir dan keyakinan-keyakinan (lazim disebut adat istiadat). Di antara adat-istiadat tersebut terdapat "sistem nilai budaya", "sistem norma" yang secara khusus dapat dirinci dalam berbagai norma menurut pranata yang ada di masyarakat. Fungsi sistem budaya adalah menata dan memantapkan tindakan-tindakan serta tingkah-laku manusia.

#### 2) Sistem Sosial '*Social System*';

Sistem Sosial '*Social System*'; terdiri dari aktivitas-aktivitas manusia atau tindakan-tindakan dari tingkah laku berinteraksi antarindividu dalam bermasyarakat. Sebagai rangkaian tindakan berpola yang berkaitan satu sama lain, sistem sosial itu bersifat

---

<sup>20</sup>Talcott Parsons, *The Social System*. London: Routledge & Kegan Paul, 1951, h. 44

kongkrit dan nyata dibandingkan dengan sistem budaya (tindakan manusia dapat dilihat atau diobservasi). Interaksi manusia di satu pihak ditata dan diatur oleh sistem budaya. Namun di lain pihak dibudayakan menjadi pranata-pranata oleh nilai-nilai dan norma tersebut.

### 3) Sistem Kepribadian '*Personality System*';

Sistem Kepribadian '*Personality System*'; adalah soal isi jiwa dan watak individu yang berinteraksi sebagai warga masyarakat. Kepribadian individu dalam suatu masyarakat walaupun satu sama lain berbeda-beda, namun dapat distimulasi dan dipengaruhi oleh nilai-nilai dan norma-norma dalam sistem budaya dan dipengaruhi oleh pola-pola bertindak dalam sistem sosial yang telah diinternalisasi melalui proses sosialisasi dan proses pembudayaan selama hidup, sejak kecilnya. Dengan demikian sistem kepribadian manusia berfungsi sebagai sumber motivasi dari tindakan sosialnya

### 4) Sistem Organik '*Organic System*'.

Sistem Organik '*Organic System*' melengkapi seluruh kerangka sistem dengan mengikutsertakan proses biologik dan bio kimia ke dalam organisme manusia sebagai suatu jenis makhluk alamiah.<sup>21</sup>

Teori Evolusi Unilinear (*Unilinear theories of evolution*) pada sosial budaya yang dikemukakan oleh Aguste Comte berpandangan bahwa manusia, masyarakat dan kebudayaan

---

<sup>21</sup>Muhammad Syawalludin, *Teori Sosial Budaya dan Methodenstreit*, Palembang: CV. Amanah, 2017, h. 3-5

mengalami perubahan sesuai dengan tahap perkembangan yang lambat mengikuti suatu garis lurus (linear).

Teori Evolusi Lingkaran (*Cycle Theories of Evolution*) pada sosial budaya yaitu teori ini merupakan evolusi teori linear. Yang dikemukakan oleh Vilfredo Parato. Teori ini berpandangan bahwa masyarakat dan kebudayaan mengalami tahap-tahap perkembangan seperti bentuk lingkaran (cycle), yaitu suatu tahap tertentu dapat dilalui secara berulang-ulang.

Teori Evolusi Universal (*Universal Theories Of Evolution*) pada sosial budaya yang dikemukakan oleh Herbert Spencer yaitu perkembangan masyarakat dan kebudayaan tidak harus melalui tahap-tahap tertentu atau tidak selamanya melalui tahap yang konstan. Tetapi masyarakat dan kebudayaan berkembang dari homogen ke heterogen. Artinya perkembangan masyarakat dari homogen ke heterogen adalah peradaban masyarakat pada mulanya sederhana menjadi sangat kompleks.<sup>22</sup>

Dari beberapa teori yang dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa sosial budaya adalah sebagai alat (*instrument*) dalam menjelaskan realita/fenomena sosial. Sebagai alat analisis (*tools of analysis*) terhadap fenomena sosial yang diamati Sebagai sarana atau upaya peneliti untuk melakukan konstruksi, rekonstruksi atau dekonstruksi teori terhadap realita/fenomena sosial yang diamati dengan persyaratan: relevan (cocok, layak), aplikabel/manajebel

---

<sup>22</sup>*Ibid.*, h. 68-70

(dapat dilaksanakan), replikan (dapat di daur ulang), dan konsisten (runtut dan sistematis).

#### **b. Teori Psikologis**

Psikologi berasal dari kata bahasa Yunani "*Psychologi*" yang merupakan gabungan "*psyche*" yang artinya adalah sebuah jiwa, dan "*logos*" yang artinya adalah ilmu pengetahuan. Jadi, secara etimologi psikologis adalah ilmu yang membahas segala sesuatu tentang jiwa, baik gejalanya, proses terjadinya, maupun latar belakang kejadian tersebut. Ada banyak ahli yang mengemukakan pendapatnya tentang pengertian psikologis itu sendiri, diantaranya;<sup>23</sup>

Menurut Ensiklopedia Nasional Indonesia dalam buku Muhibbinsyah, berjudul psikologi pendidikan dengan pendekatan baru menyatakan bahwa psikologis merupakan ilmu yang mempelajari perilaku manusia baik yang dapat dilihat secara langsung, ataupun yang tidak dapat dilihat secara langsung.

Menurut Muhibbin Syah, adalah sebuah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku terbuka dan tertutup manusia baik selaku individu maupun kelompok, dalam hubungannya dengan lingkungan. Tingkah laku terbuka adalah, tingkah laku yang bersifat psikomotor yang meliputi perbuatan berbicara, duduk, berjalan, dan sebagainya, sedangkan tingkah laku tertutup meliputi berfikir, keyakinan, perasaan, dan sebagainya.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup>Muhibbinsyah, *Psikologi pendidikan dengan pendekatan baru*, Bandung; PT Remaja Rosda karya, 2001, h. 15

<sup>24</sup>*Ibid*, h. 20

Dari beberapa definisi tersebut, dapat penulis simpulkan bahwa pengertian psikologis adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku manusia, baik individu dan kelompok dalam hubungannya terhadap lingkungan yang berbentuk 2 jenis yaitu tingkah laku terbuka dan tingkah laku tertutup.

### c. Teori Perilaku Ekonomi Konsumen

Penjelasan mengenai pola tindakan seorang konsumen ini juga memiliki definisi tersendiri dari para ahli. Berikut beberapa definisi teori perilaku konsumen menurut para ahli di bidangnya:

Menurut Schiffman dan Kanuk, mengatakan bahwa teori ini adalah studi tentang bagaimana seseorang membuat sebuah keputusan untuk membelanjakan sumber daya yang mereka punya misalnya uang, waktu, dan tenaga mereka untuk mendapatkan produk yang akan dikonsumsi.

Menurut Kotler dan Keller, keduanya sepakat bahwa teori perilaku konsumen adalah sebuah studi yang mempelajari individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut John C. Mowen dan Michael Minor menyampaikan tentang perilaku seorang konsumen sebagai studi unit dan proses pembuatan keputusan seseorang dalam menerima, menggunakan, membeli, dan menentukan produk.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup>Nopirin, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro & Mikro*, YOGYAKARTA: BPFE, 2008, h.

Perilaku konsumen berhubungan dengan hukum permintaan. Hukum permintaan berbunyi bila harga suatu barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya bila harga barang tersebut turun maka jumlah barang yang diminta naik.<sup>26</sup>

Permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah yang menunjukkan jumlah sesuatu barang yang ingin dan dapat oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu.<sup>27</sup> Teori *Utility* dan Indiferensi menjelaskan tentang perilaku konsumen. Keduanya menjelaskan tentang hukum permintaan. Teori ini lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut:

#### 1) Teori *Utility*

Teori ekonomi kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang dinamakan nilai guna atau *utility*. Kalau kepuasan itu semakin tinggi maka semakin tinggilah nilai gunanya atau utilitinya.<sup>28</sup>

Hipotesis utama teori nilai guna, atau lebih dikenal dengan hukum nilai guna marjinal yang semakin menurun, menyatakan bahwa tambahan nilai guna yang akan diperoleh dari seseorang yang akan mengkonsumsi suatu barang akan menjadi semakin sedikit apabila orang tersebut terus menerus menambah konsumsinya ke atas barang tersebut. Pada akhirnya tambahan nilai guna akan menjadi negatif yaitu apabila konsumsi ke atas barang tersebut ditambah satu

---

<sup>26</sup>Nopirin, *Pengantar Ilmu....*, h. 287

<sup>27</sup>*Ibid.*, h. 32

<sup>28</sup>Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016, h. 154

unit lagi, maka nilai guna total akan menjadi semakin sedikit. Pada hakikatnya hipotesis tersebut menjelaskan bahwa penambahan yang terus menerus dalam mengkonsumsi suatu barang tidak secara terus menerus menambah kepuasan yang dinikmati orang yang mengkonsumsinya.<sup>29</sup>

Konsep utilitas terbagi dua yaitu : a) Utilitas total, merupakan jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari masing-masing barang yang dikonsumsi. b) Utilitas marginal, merupakan kepuasan tambahan terhadap kepuasan total sebagai akibat ditambahkan satu unit barang yang dikonsumsi.<sup>30</sup>

Salvatore merupakan tokoh yang menjelaskan mengenai teori utilitas total dan utilitas marginal, dikutip dari Dessyta Gumanti dalam bukunya Pengaruh Pendapatan, Kelompok Referensi, Literasi Ekonomi Dan Sertifikasi Guru Terhadap Perilaku Konsumsi.<sup>31</sup> Individu meminta suatu komoditi tertentu karena adanya kepuasan atau utilitas yang didapatkan dari mengkonsumsi komoditi tersebut. Sampai pada titik tertentu, semakin banyak unit komoditi yang dikonsumsi individu tersebut perunit waktu, semakin besar utilitas total yang diperoleh. Meskipun utilitas total meningkat, namun utilitas marginal yang diterima dari mengkonsumsi tiap unit tambahan komoditi tersebut biasanya menurun.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup>*Ibid.*, h. 154

<sup>30</sup>Soeharno, *Teori Mikro Ekonomi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2009, h.42

<sup>31</sup>Dessyta Gumanti, *Pengaruh Pendapatan, Kelompok Referensi, Literasi Ekonomi Dan Sertifikasi Guru Terhadap Perilaku Konsumsi Guru Sd, Smp, Dan Sma Di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok*, h. 15-16

<sup>32</sup>*Ibid.*,

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa teori *utility* merupakan kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Dalam teori *utility* terdapat utilitas total dan utilitas marginal. Dalam teori tersebut maka mengkonsumsi lebih banyak barang akan mengurangi kepuasan marginal yang mereka dapatkan dari mengkonsumsi lebih lanjut barang yang sama.

## 2) Teori Indiferensi

Seorang konsumen menanggapi adanya perubahan-perubahan variabel ekonomi, seperti harga, kualitas, *fashion* dari barang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dengan perkataan lain, lebih menitikberatkan untuk mempelajari proses keputusan konsumen dengan menggunakan model perilaku yang memungkinkan untuk memikirkan apa yang akan dibeli konsumen dan bagaimana mereka akan bereaksi terhadap perubahan harga barang, pendapatanya, persediaan barang, promosi, tanpa menuntut model tersebut dapat mewakili bagaimana secara aktual konsumen untuk memutuskan membeli barang.<sup>33</sup>

Tingkah laku konsumen untuk memilih barang yang akan memaksimumkan kepuasannya ditunjukkan dengan bantuan kurva indiferen. Kurva indiferen adalah kurva yang menggambarkan berbagai kombinasi barang yang diminta/dibeli oleh konsumen dalam upaya untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup>Soeharno, *Teori Mikro...*, h. 41

<sup>34</sup>*Ibid.*, h. 35

Berdasarkan pendapat diatas dapat penulis simpulkan bahwa kurva indiferen menggambarkan berbagai kombinasi barang yang diminta/dibeli oleh konsumen dalam upaya untuk memenuhi kebutuhannya sesuai dengan pendapatan dan harga-harga yang berlaku. Apa yang konsumen inginkan akan terlihat dari bagaimana konsumen menentukan pilihan.

## **2. Kerangka Konsep**

### **a. Definisi Beasiswa Bidikmisi**

Bidikmisi adalah suatu program bantuan biaya pendidikan yang diberikan dari Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mulai tahun 2010 kemarin, kepada mahasiswa-mahasiswa yang memiliki potensi akademik memadai dan kurang mampu secara ekonomi serta aktif dalam kehidupan kampus.<sup>35</sup>

#### **1) Landasan Hukum**

Peraturan perundang-undangan yang dijadikan landasan dalam pemberian Program Bantuan Biaya Pendidikan adalah:

- a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Bab V pasal 12 (1.c), menyebutkan bahwa setiap peserta didik pada setiap satuan pendidikan berhak mendapatkan beasiswa bagi yang berprestasi yang orang tuanya tidak mampu membiayai pendidikannya. Pasal 12 (1.d), menyebutkan bahwa setiap peserta didik pada

---

<sup>35</sup>Direktorat Pendidikan Tinggi Islam, *Direktorat Jendral Pendidikan Islam Kementerian Agama RI "Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Program Bantuan Biaya Pendidikan Bidikmisi Perguruan Tinggi Agama Islam Tahun 2014*, Jakarta: Kementerian Agama RI, 2014, h. 2

setiap satuan pendidikan berhak mendapatkan biaya pendidikan bagi mereka yang orang tuanya tidak mampu membiayai pendidikannya;

- b) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, Pasal 76 (1), menyebutkan bahwa Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan/atau Perguruan Tinggi berkewajiban memenuhi hak Mahasiswa yang tidak mampu secara ekonomi untuk dapat menyelesaikan studinya sesuai dengan peraturan akademik. Pasal (2) menyebutkan bahwa pemenuhan hak Mahasiswa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan cara memberikan: (a) beasiswa kepada Mahasiswa berprestasi, (b) bantuan atau membebaskan biaya pendidikan;
- c) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 48 tahun 2008 tentang Pendanaan Pendidikan, Bagian Kelima, Pasal 27 ayat (1), menyebutkan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah sesuai kewenangannya memberi biaya pendidikan atau beasiswa kepada peserta didik yang orang tua atau walinya tidak mampu membiayai pendidikannya. Pasal 27 ayat (2), menyebutkan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya dapat memberi beasiswa kepada peserta didik yang berprestasi;
- d) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2010 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 17

Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan, Pasal 53A yang menegaskan bahwa satuan pendidikan tinggi yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah daerah sesuai dengan kewenangan masing-masing wajib menyediakan beasiswa bagi peserta didik berkewarganegaraan Indonesia yang berprestasi dan wajib mengalokasikan tempat bagi calon peserta didik berkewarganegaraan Indonesia, yang memiliki potensi akademik baik dan tidak mampu secara ekonomi, paling sedikit 20% (dua puluh persen) dari jumlah keseluruhan peserta didik baru;

- e) Peraturan Menteri Agama Nomor 10 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata kerja Kementerian Agama;
- f) Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 190/PM.05/2012 tentang Tata cara Pembayaran dalam rangka Pelaksanaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara;
- g) Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 81/PM.05/2012 tentang Belanja Bantuan Sosial Pada Kementrian Negara/Lembaga.<sup>36</sup>

## 2) Misi

- a) Menghidupkan harapan bagi masyarakat tidak mampu dan mempunyai potensi akademik baik untuk dapat menempuh pendidikan sampai ke jenjang pendidikan tinggi.

---

<sup>36</sup>Direktorat Pendidikan Tinggi Islam, *Direktorat Jendral...*, h. 3

- b) Menghasilkan sumber daya insani yang mampu berperan dalam memutus mata rantai kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat.<sup>37</sup>

### 3) Tujuan

- a) Meningkatkan motivasi belajar dan prestasi calon mahasiswa, khususnya mereka yang menghadapi kendala ekonomi.
- b) Meningkatkan akses dan kesempatan belajar di perguruan tinggi bagi peserta didik yang tidak mampu secara ekonomi dan berpotensi akademik baik.
- c) Menjamin keberlangsungan studi mahasiswa sampai selesai dan tepat waktu.
- d) Meningkatkan prestasi mahasiswa, baik pada bidang kurikuler, ko-kurikuler maupun ekstra kurikuler.
- e) Menimbulkan dampak iring bagi mahasiswa dan calon mahasiswa lain untuk selalu meningkatkan prestasi dan kompetitif.
- f) Melahirkan lulusan yang mandiri, produktif dan memiliki kepedulian sosial, sehingga mampu berperan dalam upaya pemutusan mata rantai kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat.<sup>38</sup>

### 4) Sasaran

Sasaran program adalah lulusan satuan pendidikan MA/MAK/SMA/SMK atau bentuk lain yang sederajat tahun 2013

---

<sup>37</sup>Direktorat Pendidikan Tinggi Islam, *Direktorat Jendral...*, h. 3-4

<sup>38</sup>*Ibid.*, h. 4

dan 2014 yang tidak mampu secara ekonomi dan memiliki potensi akademik baik, yang melanjutkan pendidikan tinggi di Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di bawah Kementerian Agama pada UIN, IAIN dan STAIN.

#### **5) Penyelenggara**

Perguruan Tinggi Penyelenggara (PTP) Program Bantuan Biaya Pendidikan Bidikmisi adalah Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di bawah Kementerian Agama.<sup>39</sup>

#### **6) Pengelola**

Pengelola Program Bantuan Biaya Pendidikan Bidikmisi adalah 53 (lima puluh tiga) Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di bawah Kementerian Agama.

##### **a) Penanggung jawab**

- a. Rektor/Ketua perguruan tinggi penyelenggara
- b. Wakil Rektor/Wakil Ketua bidang kemahasiswaan dan kerjasama.

##### **b) Pelaksana**

- a. Kepala Biro Administrasi, Umum, Akademik dan Kemahasiswaan/Kepala bagian Administrasi, Umum, Akademik dan Kemahasiswaan.
- b. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama

---

<sup>39</sup>Direktorat Pendidikan Tinggi Islam, *Direktorat Jendral...*, h. 5

- c. Kepala Bagian Bidang Akademik dan kemahasiswaan/Kepala Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni.
  - d. Tim yang ditunjuk oleh Penanggungjawab perguruan tinggi
  - e. Tim Teknologi Informasi dan Komunikasi
  - f. Pejabat Pembuat Komitmen yang relevan, atau
  - g. Bendahara Pengeluaran
- c) Tugas dan Tanggung Jawab
- a. Sosialisasi program terutama ke madrasah/sekolah di wilayahnya;
  - b. Koordinasi pendataan (memverifikasi data calon penerima);
  - c. Menetapkan penerima melalui surat keputusan Rektor/Ketua;
  - d. Melaporkan perubahan data penerima paling lambat setiap semester;
  - e. Mencairkan dan menyalurkan dana ke penerima;
  - f. Melaporkan data prestasi mahasiswa dalam bentuk soft dan hard copy ke Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI;
  - g. Monitoring dan evaluasi internal;
  - h. Memberikan pelayanan dan penanganan pengaduan kepada stakeholder;

- i. Penyusunan laporan pelaksanaan program dan keuangan.<sup>40</sup>

## 7) Persyaratan Calon Penerima

Persyaratan untuk mendaftar tahun 2014 adalah sebagai berikut:

- a) Siswa MA/MAK/SMA/SMK atau bentuk lain yang sederajat, lulus pada tahun 2013 & 2014, dan memiliki potensi akademik memadai serta kurang mampu secara ekonomi;
- b) Tidak mampu secara ekonomi sebagai berikut:
  - a. Pendapatan kotor gabungan orang tua/wali (suami istri) sebesar-besarnya Rp. 3.000.000,00 per bulan. Pendapatan yang dimaksud meliputi seluruh penghasilan yang diperoleh. Untuk pekerjaan non formal/informal pendapatan yang dimaksud adalah rata-rata penghasilan per bulan dalam satu tahun terakhir;
  - b. Pendapatan kotor gabungan orang tua/wali dibagi jumlah anggota keluarga sebesar-besarnya Rp. 750.000,00 setiap bulannya.
  - c) Pendidikan orang tua/wali setinggi-tingginya S1 (Strata 1) atau Diploma 4;
  - d) Berpotensi akademik baik, yaitu direkomendasikan madrasah/ sekolah.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup>Direktorat Pendidikan Tinggi Islam, *Direktorat Jendral...*, h. 6

<sup>41</sup>*Ibid.*, h. 7

## 8) Kuota Penerima

- a) Alokasi kuota penerima program Bantuan Biaya Pendidikan Bidimisi setiap tahun ditetapkan oleh Direktur Jenderal Pendidikan Islam.
- b) Distribusi kuota untuk masing-masing program studi dilakukan oleh Rektor/Ketua Perguruan Tinggi Penyelenggara (PTP) dan dilaporkan ke Direktorat Jenderal Pendidikan Islam.<sup>42</sup>

## 9) Jangka Waktu Pemberian

Program Bantuan biaya pendidikan Bidikmisi diberikan sejak calon mahasiswa dinyatakan diterima di perguruan tinggi selama 6 (enam) semester untuk program Diploma tiga (D3) dan selama 8 (delapan) semester untuk Strata Satu (S1).<sup>43</sup>

## 10) Penggunaan Dana

Biaya Pendidikan Program Bantuan Biaya Pendidikan dengan penggunaan sebagai berikut:

- a) Bantuan biaya hidup yang diserahkan kepada mahasiswa, sebesar Rp. 4.200.000,- (empat juta dua ratus ribu rupiah) untuk biaya keperluan hidup dan keperluan pembelian perlengkapan pendidikan per semester.
- b) Bantuan sebesar Rp. 2.400.000,- (dua juta empat ratus ribu rupiah) per semester per mahasiswa dengan komponen pembiayaan:
  - a. SPP/Biaya kuliah sesuai Taraf yang berlaku;

---

<sup>42</sup>Direktorat Pendidikan Tinggi Islam, *Direktorat Jendral...*, h. 8

<sup>43</sup>*Ibid.*,

- b. Peningkatan kualitas pendidikan;
  - c. Kegiatan ko dan ekstra kurikuler seperti pengembangan karakter, kewirausahaan, *softskill*, pengembangan penalaran, minat, dan bakat mahasiswa; atau
  - d. Asuransi kesehatan/kecelakaan mahasiswa. Biaya-biaya tersebut diselenggarakan sesuai kebutuhan dan secara terkoordinasi dengan mengikuti ketentuan dalam penyelenggaraan dana bansos.
- c) Hal khusus
- a. Kekurangan bantuan biaya penyelenggaraan di perguruan tinggi, ditanggung oleh perguruan tinggi penyelenggara dengan mengupayakan dana dari sumber lain;
  - b. Perguruan tinggi memfasilitasi dan mengupayakan agar penerima Bidikmisi lulus tepat waktu dengan prestasi yang optimal;
  - c. Perguruan tinggi mendorong mahasiswa penerima Bidikmisi untuk terlibat di dalam kegiatan ko dan ekstra kurikuler serta kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk pembinaan karakter dan atau kecintaan kepada bangsa dan negara;
  - d. Perguruan tinggi membuat perjanjian atau kontrak dengan mahasiswa penerima Bidikmisi sesuai dengan juknis dan tata tertib perguruan tinggi masing-masing.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup>Direktorat Pendidikan Tinggi Islam, *Direktorat Jendral...*, h. 9

## b. Definisi Sosial Budaya

Sosial budaya terdiri dari dua kata yaitu sosial dan budaya. Sosial berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan masyarakat sekitar. Sedangkan budaya berasal dari kata *bodhya* yang artinya pikiran dan akal budi. Budaya juga diartikan sebagai segala hal yang dibuat manusia berdasarkan pikiran dan akal budinya yang mengandung cinta dan rasa. Jadi kesimpulannya adalah sosial budaya merupakan kehidupan masyarakat yang tercipta dari pikiran dan budinya berkaitan dengan budaya yang terdapat didalam suatu masyarakat yang saling berinteraksi.<sup>45</sup>

Adapun sosial budaya dalam Al-Qur'an yang dimana tujuan dari adanya akal pikiran dan budinya dalam kehidupan masyarakat adalah untuk saling mengenal. Hal itu sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surah Al-Hujurat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَىٰ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

*“Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”.*<sup>46</sup>

Sistem sosial lebih menekankan pada hubungan-hubungan yang berlangsung antar manusia dan manusia, manusia dan masyarakat,

<sup>45</sup>[http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/PES/article/download/4850/pdf\\_56](http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/PES/article/download/4850/pdf_56), diakses pada 11 April 2021, Pukul 20.00 WIB.

<sup>46</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang: CV. Toha Putra, 1989, h. 837

masyarakat dan masyarakat, yang hampir selalu atau bahkan selalu dalam kerangka suatu satuan atau organisasi, sebagai satuan bersistem yang senantiasa berinteraksi, yakni interaksi sosial—sehingga dapat disebutkan bahwa setiap (satuan) masyarakat adalah bersistem, yang kemudian dikenal dengan sistem sosial (*social system*), yaitu satuan masyarakat yang bersistem. Sistem sosial dipahami sebagai “*any, especially a relatively persistent, patterning of social relations across time-space, understood as reproduced practices*”.<sup>47</sup> Dalam pengertian umum demikian, suatu masyarakat atau organisasi sosial atau kelompok, di mana dan kapan pun ia berada, merupakan suatu sistem sosial, yang di dalamnya dapat mengandung subsistem sosial dan dalam pola sistematis yang sangat beragam. Dalam faham fungsionalisme<sup>48</sup> sistem sosial merupakan sistem interaksi yang berlangsung antara 2 (dua) pelaku atau lebih, yang masing-masing mengandung fungsi dalam suatu satuan masyarakat.

Sehingga dalam hal ini dapat dipahami bahwa sistem sosial sebagai suatu sistem atau permulaan dari hubungan-hubungan sosial yang terdapat dan berkembang dalam masyarakat tertentu, sebagai wahana fungsional dalam masyarakat tersebut. Dalam pengertian umum demikian, suatu masyarakat atau organisasi sosial atau kelompok, di mana dan kapan pun ia berada, merupakan suatu sistem sosial, yang di dalamnya dapat mengandung subsistem sosial dan dalam pola sistematis yang sangat beragam. Sebagai satuan

---

<sup>47</sup>Anthony Giddens, *The Constitution of Society*, Cambridge: Polity Press, 1984, h. 13

<sup>48</sup>Talcott Parsons, *The Social System*. London: Routledge & Kegan Paul, 1951, h. 15

masyarakat, sistem sosial merupakan sistem yang menjadi wadah bagi totalitas hubungan antara seorang manusia dan manusia lainnya, manusia dan kelompoknya atau kelompok lain, kelompok manusia dan kelompok manusia lainnya, untuk memenuhi hajat, mempertahankan dan mengembangkan hidupnya, sesuai fungsi masing-masing. Manusia dan kelompok-kelompok manusia tersebut masing-masing secara relatif memiliki batas dan ikatan kewilayahan dan mengembangkan (unsur-unsur) kebudayaannya, termasuk lembaga-lembaganya seperti organisasi-organisasi sosial beserta peraturan-peraturannya yang tertulis dan tak tertulis.

Sistem budaya merupakan sistem atau satuan yang merupakan hasil satuan kompleksitas yang diciptakan dan diselenggarakan oleh manusia dalam masyarakat, dalam memenuhi dan mengembangkan hajat hidupnya dan lingkungannya, yang bersifat kebendaan dan bukan-kebendaan, yang dilakukan manusia melalui pewarisan, pendidikan, pengajaran, dan pembiasaan, yang berkelanjutan. Dalam sistem budaya yang kompleks berlangsung saling-hubungan antar unsur-unsur budaya, terjadi interaksi fungsional dan simbolik antara satu unsur budaya dan unsur budaya lainnya. *Action theory* (teori tindakan) Parsons bahkan memandang bahwa sistem-sistem tindakan berlaku terhadap tingkatan-tingkatan analisis yang berbeda, mulai dengan organisme tingkah-laku dan sampai bangunan sistem budaya. Dasar teori sosiologi sistem tindakan (*action system*) adalah membangun teori umum tentang masyarakat yang disusun sebagai

peraturan dalam model siberetik (*cybernetic model*) yang mengedepankan 4 (empat) imperatif fungsional, yaitu adaptasi (*adaptation*), pencapaian cita-cita (*goal attainment*), integrasi (*integration*), dan pemeliharaan pola, atau contoh, atau teladan (*pattern maintenace*).<sup>49</sup> Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Reizya Gesleoda Axiaverona dengan judul Nilai Sosial Budaya Dalam Upacara Adat Tetaken (Studi Deskriptif Upacara adat tetaken di Desa Mantren, Kecamatan Kebonagung, Kabupaten pacitan).<sup>50</sup> Sedangkan hierarki sistem, mulai dari sistem yang paling lemah sampai sistem yang cakupannya paling luas, secara berurutan, meliputi (1) organisme tingkah-laku (*behavioral organism*), (2) sistem kepribadian (*personality system*), (3) sistem sosial (*social system*), dan (4) sistem budaya (*cultural system*). Parsons (1951) memandang tingkatan-tingkatan demikian secara hierarkis, dengan masing-masing tingkatan yang lebih rendah menyediakan daya dorong (*impetus*) bagi tingkatan-tingkatan yang lebih tinggi, dengan tingkatan-tingkatan yang lebih tinggi mengendalikan tingkatan-tingkatan yang lebih rendah; sehingga dapat dikatakan bahwa organisme tingkah-laku dan sistem kepribadian merupakan pendorong bagi sistem sosial dan sistem budaya, sementara sistem budaya mengendalikan sistem sosial, sistem kepribadian, dan organisme tingkah-laku, karena dalam

---

<sup>49</sup>Talcott Parsons, *The Social...*, h. 21-25

<sup>50</sup>Reizya Gesleoda Axiaverona, *Nilai Sosial Budaya Dalam Upacara Adat Tetaken (Studi Deskriptif Upacara adat tetaken di Desa Mantren, Kecamatan Kebonagung, Kabupaten pacitan)*, Skripsi, 2017, h.ix

hierarki tindakan, sistem budaya merupakan sistem pengendali tertinggi dalam tindakan sosial (*social action*).<sup>51</sup>

### c. Definisi Psikologis

Psikologis merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang dinamika kejiwaan manusia melalui perilaku. Hal ini dikarenakan jiwa merupakan objek yang sulit untuk dilihat dan diamati.<sup>52</sup>

Allah Swt berfirman dalam al-qur'an yang terdapat pada surah Fushilat ayat 54 yang berbunyi:

أَلَا إِنَّهُمْ فِي فِي مَرِيَّةٍ ۖ مِّن لِّقَاءِ رَبِّهِمْ ۖ أَلَا إِنَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ مُّحِيطٌ  
 “Kami akan memperlihatkan kepada mereka tanda-tanda (kekuasaan) kami disegenap penjuru dan pada diri mereka sendiri, hingga jelas bagi mereka bahwa al-qur'an itu adalah benar. Tiadalah cukup bahwa sesungguhnya Tuhanmu menjadi saksi atas segala sesuatu”<sup>53</sup>

Psikologi merupakan ilmu pengetahuan yang bersifat empiris. Artinya objek kajiannya harus bersifat dapat diukur dan diamati. Oleh karena itu, untuk memahami dan mengkaji dinamika kejiwaan tersebut, diperlukan sesuatu yang lebih dapat terlihat dan merupakan manifestasi dari kejiwaan itu. Maka, psikologi mengamati perilaku dari manusia karena perilaku merupakan cerminan dari dinamika kejiwaan dan mental.

Dalam perkembangannya, psikologi menggunakan berbagai pendekatan penelitian. Salah satunya adalah pendekatan kuantitatif.

<sup>51</sup>Talcott Parsons, *The Social...*, h. 15

<sup>52</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala Psikologi Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana, 2020,

<sup>53</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 771

Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk meneliti suatu variable dengan berorientasi pada proses pengukuran. Oleh karena itu, pendekatan penelitian kuantitatif memiliki hasil akhir berupa angka atau skor. Dalam pendekatan ini, diperlukan suatu alat guna mengukur variable atau perilaku. Salah satu alatnya sering kali dikenal dengan skala psikologi.

Banyak yang salah paham bahwa skala psikologi itu sama dengan angket. Padahal, keduanya memiliki perbedaan, menurut Saifuddin dalam bukunya berjudul *Penyusunan Skala Psikologi Edisi Pertama*, perbedaan skala psikologi dengan angket adalah sebagai berikut:<sup>54</sup>

### **1. Sifat Data**

Dari data skala psikologi bersifat subjektif. Subjektif ini bukan berarti tidak objektif, karena alat ukur psikologi (termasuk skala psikologi) harus memenuhi asas objektif. Subjektif dalam hal ini lebih bermaksud bahwa jawaban antar subjek penelitian bisa jadi tidak dalam taraf yang sama, meskipun sama-sama memilih satu jawaban. Misalkan, skala berbentuk *likert*, yang menyediakan lima alternatif jawaban, yaitu sangat sesuai, sesuai, netral, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai. Bisa jadi, subjek A dan B sama-sama menjawab “sesuai” untuk pertanyaan nomor 1. Menurut aturan, skor dari pilihan jawaban “sesuai” adalah 4. Akan tetapi jika dikuantifikasikan lebih jauh, taraf atau tingkat dari jawaban “sesuai” pada subjek A dan B bisa jadi

---

<sup>54</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala...*, h.1

berbeda. “Sesuai”nya subjek A bisa berbeda pada tingkat 8 (skala 1-10), sedangkan “sesuai”nya subjek B berada pada angka 7 (skala 1-10).

Jika data skala psikologi bersifat subjektif, maka data dari angket bersifat *factual*. Misalkan, dalam angket sering kali mengungkapkan latar belakang subjek penelitian seperti tingkat Pendidikan, usia, jenis kelamin, jumlah saudara, luas rumah, tingkat penghasilan, jumlah alat transportasi yang dimiliki, dan data lainnya. Data-data ini bersifat *factual*, ada wujud dari masing-masing jawaban. Selain itu, jawaban yang sama antar subjek penelitian juga berdampak pada kesamaan wujud dari jawaban tersebut. Contohnya, Ketika subjek A dan subjek B memiliki tingkat Pendidikan SMA<sup>55</sup> artinya keduanya sama-sama menempuh Pendidikan SMA dan Pendidikan SMA di seluruh Indonesia memiliki kesamaan fase dan tahapan.<sup>55</sup>

## 2. Arah Pertanyaan

Salah satu tanda dari skala psikologi yang baik adalah Ketika seseorang tidak memahami skala psikologi tersebut mengukur variable apa dalam dirinya. Hal ini bertujuan untuk menjamin objektivitas jawaban dari subjek penelitian. Jika arah pertanyaan pada skala psikologi sangat jelas, maka dikhawatirkan memunculkan sikap *social desirability* (perilaku subjek penelitian memberikan jawaban sesuai dengan harapan sosial atau yang seharusnya) atau *facking good* (berpura-pura baik). Padahal, sikap atau perilaku subjek penelitian

---

<sup>55</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala...*, h.1

yang sebenarnya sering kali tidak sesuai dengan harapan atau norma sosial. Contohnya, untuk mengetahui tingkat motivasi belajar seseorang, seseorang tidak langsung ditanya “bagaimana motivasi belajarnya?”, akan tetapi seseorang diberikan beberapa pertanyaan yang menjadi indikator atau tanda dari motivasi belajar.

Berbeda dengan angket, arah pertanyaannya sangat jelas. Sehingga, subjek penelitian bisa memberikan jawaban yang factual. Arah pertanyaan angket yang jelas dan langsung ini dikarenakan angket bukan alat ukur yang menggali kepribadian atau kognisi seseorang. Angket hanya bertujuan sebatas mengetahui data factual subjek penelitian atau pendapat subjek penelitian terhadap fenomena. Maka dari itu, angket tidak berpotensi memunculkan sikap *social desirability*.

### **3. Kesadaran pada Tujuan Pengukuran**

Karena arah pertanyaan pada skala atau alat ukur psikologis tidak langsung, maka subjek penelitian tidak sadar bahwa salah satu variable psikologisnya sedang diukur atau diteliti dengan skala tersebut. Semakin subjek penelitian tidak sadar dan tidak mengetahui variable psikologis apa yang sedang diukur dan diteliti, maka semakin objektif jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian. Sebaliknya, jika subjek penelitian mengetahui alat ukur psikologis tersebut mengukur salah satu variable psikologis dalam dirinya, maka kemungkinan subjek penelitian memberikan jawaban yang ideal sangat besar,

meskipun jawabannya tidak sesuai dengan yang terjadi.<sup>56</sup> Padahal, dalam alat ukur psikologis atau skala, jawaban yang tepat adalah jawaban yang terjadi atau sesuai dengan kondisi subjek penelitian, bukan jawaban yang seharusnya atau jawaban yang ideal. Maka dari itu, skala yang baik adalah yang tidak memunculkan kesadaran pada diri subjek penelitian akan jawaban ideal.

Sebaliknya, Ketika seseorang diberikan angket maka seseorang sadar bagian apa yang sedang dikaji. Jika seseorang diberikan angket yang menanyakan nama orang tua, kondisi perkawinan orang tua, jumlah saudara, profil setiap saudara, maka seseorang paham bahwa angket tersebut ingin mengungkap latar belakang keluarga. Ketika seseorang diberikan angket yang berisi pertanyaan tentang prestasi yang pernah didapatkan, tingkat Pendidikan dan sekolah, maka subjek penelitian akan sadar bahwa angket tersebut ingin mengungkapkan latar belakang Pendidikan. Ketika seseorang diberikan angket yang berisi pertanyaan tentang pekerjaan, luas rumah, tingkat penghasilan setiap bulan, jumlah alat transportasi yang dimiliki, maka seseorang akan sadar bahwa dirinya sedang diungkap sisi latar belakang ekonominya atau tingkat kekayaannya.<sup>57</sup>

#### **4. Penilaian**

Penilaian pada skala memiliki prosedur tersendiri. Artinya, jika prosedur penilaian ini tidak dipatuhi, maka akan terjadi bias hasil pengukuran. Dengan kata lain, skor yang dianalisis tidak dapat

---

<sup>56</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala...*, h.2

<sup>57</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala...*, h.4

menggambarkan kondisi subjek penelitian yang sebenarnya. Contoh prosedur penilaian ini misalkan pada skala yang berbentuk *likert*. Skala dengan bentuk *likert* sering kali menggunakan empat alternatif jawaban: sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, sangat tidak sesuai. Dalam skala *likert* juga mengandung dua model soal, yaitu *favourable* dan *unfavourable*, memiliki prosedur penilaian sebagai berikut: jika subjek menjawab sangat sesuai maka nilai 4, sesuai bernilai 3, tidak sesuai bernilai 2, sangat tidak sesuai bernilai 1. Sebaliknya, untuk butir pernyataan *unfavourable*, jika subjek menjawab sangat sesuai bernilai 1, sesuai bernilai 2, tidak sesuai bernilai 3, dan sangat tidak sesuai bernilai 4. Prosedur lain adalah untuk skala sikap, tidak ada nilai 0 karena kaidahnya adalah tidak ada jawaban benar dan salah dalam skala sikap. Adapun, dalam skala kognitif terdapat nilai 0 jika subjek salah menjawab dan nilai 1 jika subjek benar menjawab. Prosedur penilaian ini harus dipatuhi.

Adapun dalam angket tidak ada prosedur penilaian. Setiap jawaban dari angket tinggal dituliskan apa adanya, kemudian diolah dengan cara merepresntasikannya. Maka dari itu, model penilaian angket ini adalah klasifikasi. Misalkan, angket yang mengungkapkan kepuasan terhadap pemerintahan, akan menghasilkan data klasifikasi 50% menyatakan puas, 30% tidak puas, dan 20% menyatakan tidak tahu.

##### **5. Jumlah Konstruk yang Diungkap**

Skala psikologi hanya dapat mengukur atau mengungkap satu konstruk atau satu varabel psikologis saja. Sehingga, dalam satu skala

tidak dapat disusun dari beberapa variabel psikologis.<sup>58</sup> Hal ini dikarenakan skala psikologis bertujuan ingin mengungkapkan suatu variabel psikologis tertentu. Oleh karena itu, Ketika skala psikologis disusun dari berbagai variabel, maka tujuan tersebut tidak dapat tercapai. Disisi lain, skala psikologis harus memiliki validitas yang jelas, yaitu ketepatan sasaran pengukuran. Jika skala psikologis tersusun dari berbagai variabel, maka sama halnya bahwa skala tersebut tidak memiliki validitas.

Adapun angket dapat mengungkap banyak konstruk. Karena angket apapun hanya ingin diungkap oleh angket, maka dapat ditanyakan dalam angket tersebut. Selain itu, angket dapat mengungkap banyak konstruk karena dalam angket tidak ada prosedur penilaian. Apapun, dalam skala terdapat prosedur penilaian tertentu.

## **6. Reabilitas**

Reliabilitas adalah daya konsistensi suatu skala psikologi. Salah satu syarat dari alat ukur yang baik adalah memiliki reliabilitas yang tinggi untuk mengetahui tingkat reliabilitas alat ukur psikologi ini, perlu diadakan uji coba alat ukur. Hasil dari uji coba alat ukur ini kemudian diolah dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan mengenai reliabilitas alat ukur tersebut. Sederhananya, alat ukur psikologi perlu diuji cobakan sebelum dipakai untuk mengetahui reliabilitasnya.

---

<sup>58</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala....*, h.5

Berbeda dengan alat ukur psikologi, angket tidak perlu diketahui reliabilitasnya. Artinya, pembuatan angket tidak diperlukan uji coba. Sejang pertanyaan yang dibuat dalam angket mewakili tujuan secara jelas dan tidak multitafsir. Maka angket tersebut dipastikan memiliki konsistensi atau reliabilitas.

## 7. Validitas

Syarat lain dari alat ukur psikologis yang baik adalah memiliki validitas yang tinggi. validitas adalah sejauh mana alat ukur psikologis mengukur variabel yang hendak diukur. Sederhananya, alat ukur psikologis tersebut dapat mengukur secara tepat atau tidak. Secara singkat, validitas ini dapat dicapai dengan beberapa cara, misalkan membuat alat ukur psikologis berdasarkan teori yang benar-benar menggambarkan fenomena atau masalah yang hendak dikaji. Kemudian dibuat *blue print* alat ukur, yang melahirkan butir-butir pernyataan yang merepresntasikan aspek-aspek teori variabel tersebut, lalu dinilai oleh para ahli atau professional (*professional judgement*). Dengan kata lain, alat ukur psikologis harus terbuat dari konsep yang jelas.<sup>59</sup>

**Tabel 2. 2 Perbedaan Antara Skala Psikologi dan Angket**

| Aspek                         | Skala               | Angket          |
|-------------------------------|---------------------|-----------------|
| Sifat data                    | Subjektif           | Faktual         |
| Arah Pertanyaan               | Tidak Langsung      | Langsung        |
| Kesadaran Subjek Penelitian   | Tidak Sadar         | Sadar           |
| Penilaian                     | Prosedur penskalaan | Klasifikasi     |
| Jumlah konstruk yang diungkap | Satu Konstruk       | Banyak Konstruk |
| Reabilitas                    | Perlu diuji         | Tidak Perlu     |

<sup>59</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala...*, h.6

|           |                        |                  |
|-----------|------------------------|------------------|
|           |                        | diuji            |
| Validitas | Kejelasan Teori/Konsep | Kejelasan Tujuan |

Selain itu menurut periantalo (2015) dalam buku Ahmad Saifuddin dalam Penyusunan Skala Psikologi, terdapat empat ciri dari skala psikologi, diantaranya:

1. Mengungkap aspek nonkognitif. Skala psikologi tidak mengungkap aspek yang bersifat kognitif (pengetahuan, menguji kapasitas intelektual). Dalam hal ini, skala mengungkap aspek afektif dan perilaku. Adapun, untuk mengukur kapasitas pengetahuan dan kognitif bisa menggunakan tes belajar. Skala psikologi mengungkap mengenai respons seseorang terhadap suatu kondisi yang disajikan dalam suatu pernyataan dalam skala tersebut. Dalam skala psikologi, tidak mengenal jawaban benar dan salah. Seluruh jawaban yang diberikan oleh seseorang dianggap benar, meskipun tingkatan skornya bisa berbeda-beda antar jawaban. Contoh skala motivasi berprestasi, skala perilaku, dan skala aspek afektif.
2. Aspek yang diungkap melalui item. Skala psikologi dibuat berdasarkan suatu konsep atau teori dari suatu variabel yang hendak diukur. Setiap teori tersebut terdiri dari berbagai aspek yang Menyusun variabel tersebut, selanjutnya aspek tersebut diturunkan menjadi indikator untuk kemudian dibuat item pernyataan. Item pernyataan ini yang nantinya harus dijawab oleh seseorang. Item pernyataan ini mengalami seleksi atau penilaian, baik secara

kualitatif maupun kuantitatif.<sup>60</sup> Oleh karena itu, seseorang tidak memahami variabel atau bagian apa dari diri seseorang yang diukur dengan skala psikologi. Misalkan, skala extrovert yang mengungkap seberapa besar seseorang mudah bergaul, antusias, dan senang berinteraksi dalam suatu kelompok. Dalam skala tersebut, tidak menanyakan “apakah kamu adalah orang yang ekstrovert?” tetapi menanyakan perilaku yang menjadi ciri-ciri extrovert, misalkan “saat berada dalam suatu kelompok, saya senang memulai pembicaraan dengan orang lain dalam kelompok tersebut”. Dengan demikian, seseorang tidak mengetahui maksud dari pernyataan tersebut.

3. Menghasilkan skor. Hasil akhir dari skala psikologi berupa skor atau angka. Skor merupakan suatu kontinum interval. Skor bergerak dari suatu angka menuju angka tertentu. Masing-masing item pernyataan menghasilkan skor yang jika dijumlahkan, maka menunjukkan hasil akhir atau tinggi rendahnya suatu variabel. Skor hasil akhir tersebut kemudian dikategorikan atau diklasifikasikan kebeberapa tingkatan.<sup>61</sup>

**Tabel 2. 3 Contoh Norma Skala Psikologi**

| <b>Skor</b> | <b>Kategori/Klasifikasi</b> |
|-------------|-----------------------------|
| 19,20,21    | Sangat Tinggi               |
| 16,17,18    | Tinggi                      |
| 13,14,15    | Sedang                      |
| 10,11,12    | Rendah                      |
| 7,8,9       | Sangat Rendah               |
| Reabilitas  | Perlu Diuji                 |
| Validitas   | Kejelasan teori/konsep      |

<sup>60</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala...*, h.6

<sup>61</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala...*, h.6

4. Melalui proses psikometris. Skala psikologi dibuat dengan menetapkan konstruk yang hendak diungkap dalam penelitian. Konstruk menghasilkan komponen dan/atau indikator perilaku. Indikator perilaku menghasilkan butir atau item pernyataan. Butir pernyataan ini kemudian dianalisis dan divalidasi, baik dari segi ketepatan butir pernyataan tersebut dalam mencerminkan konstruk maupun segi efektivitas bahasa yang digunakan. Proses analisis dan validasi ini dilakukan oleh ahli. Setelah itu, skala psikologi diuji cobakan pada sekelompok orang guna mendapatkan data tentang daya beda butir skala psikologi berbeda dengan angket. Hal ini dikarenakan skala psikologi memiliki beberapa ciri dan karakteristik. Misalkan mengungkap aspek nonkognitif, mengungkap variabel melalui butir atau item pernyataan, item pernyataan tersebut menghasilkan skor dan pembuatannya dengan proses psikometris dan statistic.<sup>62</sup>

#### **d. Definisi Perilaku Ekonomi**

Perilaku Ekonomi konsumen merupakan proses yang dinamis yang mencakup perilaku konsumen individual kelompok, dan anggota masyarakat yang secara terus menerus mengalami perubahan.<sup>63</sup> Batasan perilaku konsumen merujuk pada perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan jasa yang

---

<sup>62</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala...*, h.7

<sup>63</sup>Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 5

mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Batasan tersebut perilaku konsumen meliputi semua tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk mencari, membeli menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk. Dalam kegiatan mencari, tentu bukan terbatas dalam mencari barang dan atau jasa yang dibutuhkan, melainkan juga mencari informasi yang terkait dengan barang-barang yang dibutuhkan dan diinginkan.<sup>64</sup>

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa. Penggunaan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan setiap konsumen<sup>65</sup> Batasan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan itu.<sup>66</sup>

Perilaku konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan dan pembelian, dan penentuan barang, jasa, dan ide. Pembuatan keputusan

---

<sup>64</sup>Kanuk adalah tokoh yang menjelaskan mengenai teori perilaku konsumen. Kanuk mendefinisikan bahwa perilaku konsumen dimulai dari mencari sampai menghabiskan produk barang maupun jasa, dikutip dari Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 31-32

<sup>65</sup>David L. Loudon adalah tokoh yang mengemukakan mengenai teori perilaku konsumen, dikutip dari A.A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Refika Aditama 2009, h. 3

<sup>66</sup>Engel, Blackwell, dan Miniard Blacwell adalah para ahli yang menjelaskan mengenai teori perilaku konsumen dalam memahami tindakan langsung yang dilakukan oleh konsumen dikutip dari Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen...*, h. 32

dalam pembelian sesuai dengan kebutuhan barang dan jasa.<sup>67</sup> Perilaku konsumen sebagai suatu studi tentang unit pembelian bisa perorangan, kelompok atau organisasi. Masing-masing unit tersebut akan membentuk pasar sehingga muncul pasar individu atau pasar konsumen, unit pembelian kelompok, dan pasar bisnis yang dibentuk organisasi.”

Berdasarkan pengertian yang dijelaskan diatas maka perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk barang dan jasa, termasuk proses dalam membuat keputusan. Maka dari itu, perilaku konsumen mahasiswa merupakan cara pandang mahasiswa mengenai kebiasaannya dalam mengkonsumsi barang atau jasa, yang di mulai dari kebutuhan, mencari informasi, penggunaan dan pembelian, hingga menghabiskan produk barang atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhannya.

#### **e. Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen**

Menurut Kotler ada dua faktor determinan yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen:

##### a) Faktor internal

Faktor internal adalah unsur-unsur internal psikologis yang melekat pada setiap individu konsumen, yang terdiri dari: persepsi, kepribadian, pembelajaran, motivasi dan sikap.

---

<sup>67</sup>Mowen dan Minor adalah tokoh yang menjelaskan teori mengenai perilaku konsumen dalam proses pembuatan keputusan dikutip dari Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2013, h. 8

b) Faktor Eksternal

Faktor Eksternal adalah semua kejadian yang berkembang secara dinamis di sekitar lingkungan kehidupan konsumen, yang terdiri dari: demografi, keluarga, kelas sosial dan referensi kelompok. Konsumsi bukan hanya dipengaruhi oleh individu semata, melainkan juga oleh gejala sosial, yang dipengaruhi oleh kebudayaan dan lingkungan sosial dengan sistem nilai yang berlaku.<sup>68</sup>

Faktor-faktor lain yang ikut mempengaruhi tingkah laku konsumen, antara lain:

1. Pengetahuan pembeli tentang seluk beluk kualitas barang terbatas.
2. Pembeli membeli barang karena hanya ingin meniru orang lain.
3. Adat kebiasaan yang berlaku dikalangan konsumen.
4. Pembeli berlaku ceroboh terhadap jenis barang yang dibelinya
5. Dan lain sebagainya<sup>69</sup>

Keputusan Pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Dimana faktor-faktor kebudayaan terdiri dari kebudayaan, sub budaya, dan kelas sosial. Faktor-faktor sosial terdiri dari kelompok referensi, keluarga serta peran dan status. Faktor-faktor pribadi

---

<sup>68</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen...*, h. 60-61

<sup>69</sup>Ahmadi adalah tokoh yang menjelaskan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, dikutip dari Dessyta Gumanti, *Pengaruh Pendapatan, Kelompok Referensi, Literasi Ekonomi Dan Sertifikasi Guru Terhadap Perilaku Konsumsi Guru Sd, Smp, Dan Sma Di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok*, h. 24

terdiri dari umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri. Faktor-faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar serta kepercayaan dan sikap.<sup>70</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku mahasiswa sebagai konsumen salah satunya dipengaruhi oleh literasi ekonomi. Sina menyatakan bahwa “Rendahnya literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumtif masyarakat”.<sup>71</sup> Hal ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi yang merupakan penerapan konsep-konsep ekonomi dalam pengambilan keputusan akan mempengaruhi pengambilan keputusan dalam konsumsi seseorang.

Ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok acuan (small reference groups) dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, gambaran diri (*self-concept*).<sup>72</sup>

Berdasarkan penjabaran tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa sebagai konsumen terdiri dari faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor yang mempengaruhinya juga bisa dari pengetahuan

---

<sup>70</sup>Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep, dan Implikasinya untuk Strategi dan Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Kencana, 2008, h. 11

<sup>71</sup>Peter Garlans Sina, *Analisis Literasi Ekonomi*, Salatiga: Jurnal *Economia*, Volume 8, No. 2, 2012, h. 136

<sup>72</sup>A.A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Refika Aditama: 2009, h. 39

pembeli tentang informasi dari kualitas barang terbatas, membeli barang karena hanya ingin meniru orang lain dan juga adat kebiasaan yang berlaku dikalangan konsumen.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen dalam berkonsumsi bisa dari keluarga dan tahapan dalam siklus hidup. Namun salah satunya juga dipengaruhi oleh literasi ekonomi atau kecerdasan berfikir dalam mengambil keputusan.

#### **f. Indikator Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen merupakan tahapan-tahapan langkah yang ditempuh dan dilakukan oleh seseorang atau individu dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Tahapan-tahapan Langkah yang dimaksud meliputi:<sup>73</sup>

- 1) Mengenali kebutuhan. Proses pembelian oleh konsumen diawal sejak pembeli mengenali kebutuhan atau masalah. Kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan internal, terjadi pada salah satu kebutuhan umum seseorang (seperti lapar atau haus) telah mencapai ambang batas tertentu dan mulai menjadi pendorong. Sedangkan rangsangan eksternal, salah satunya terjadi karena seseorang menonton iklan atau melihat produk baru milik tetangganya.
- 2) Mencari informasi sebelum membeli. Setelah konsumen terangsang kebutuhannya, konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Pencarian informasi ini akan berbeda

---

<sup>73</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen...*, h. 34

tingkatannya tergantung pada persepsi konsumen atas resiko dari produk yang akan dibelinya. Produk yang dinilai beresiko akan menyebabkan situasi pengambilan keputusan lebih kompleks, sehingga upaya pencarian informasi akan lebih banyak. Sebaliknya produk yang dipersepsikan kurang beresiko akan mendorong konsumen untuk tidak terlalu intensif mencari informasi. Konsumen umumnya mencari informasi dari berbagai sumber. Tidak hanya dari sumber resmi yang dikeluarkan perusahaan seperti iklan atau pemasar melalui penjual, tetapi juga informasi dari pihak lain. Media menjadi salah satu sumber informasi penting bagi konsumen, konsumen juga akan mencari informasi dengan bertanya kepada teman, mendatangi toko untuk mencari tahu atau membuka-buka internet untuk membandingkan spesifikasi dan harga barang.<sup>74</sup>

- 3) Melakukan evaluasi terhadap beberapa pilihan. Evaluasi umumnya mencerminkan keyakinan dan sikap yang mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Keyakinan (*belief*) adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu. Keyakinan seseorang tentang produk atau merek mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Yang tak kalah pentingnya dengan keyakinan adalah sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosi, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang pada objek atau gagasan tertentu. Konsumen akan mempertimbangkan manfaat

---

<sup>74</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen...*, h. 35

termasuk keterpercayaan merk dan biaya atau resiko yang akan diperoleh jika membeli suatu produk.

- 4) Melakukan pembelian. Setelah melalui evaluasi dengan pertimbangan yang matang, konsumen akan mengambil keputusan. Konsumen bisa mengambil sub keputusan, meliputi merk, pemasok, jumlah, waktu pelaksanaan dan metode pembayaran.
- 5) Melakukan evaluasi pasca beli. Setelah pembelian dilakukan, konsumen akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Konsumen akan membandingkan produk yang telah ia beli, dengan produk lain. Hal ini dikarenakan konsumen mengalami ketidakcocokan dengan fasilitas-fasilitas tertentu pada barang yang telah ia beli, atau mendengar keunggulan tentang merek lain. Maka dari itu konsumen akan menilai kinerja produk atau layanan yang dirasakan sama atau melebihi apa yang diharapkan, maka konsumen akan puas dan sebaliknya jika produk atau jasa yang diterima kurang dari yang diharapkan, maka konsumen akan merasa tidak puas.<sup>75</sup>

Indikator untuk mengukur perilaku konsumen ada dua yaitu: a)

Perilaku konsumsi secara rasional. b) Perilaku konsumsi tidak rasional<sup>76</sup> Perilaku konsumsi secara rasional merupakan perilaku seseorang yang membuat keputusan konsumsi secara tepat, berdasarkan kebutuhan. Sedangkan perilaku

<sup>75</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen...*, h. 34-36

<sup>76</sup>Muafifah, Kusniawati dan Riza Yonita Kurniawan, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban", Jurnal pendidikan ekonomi Vol. 4, h.3

konsumsi tidak rasional merupakan perilaku konsumsi berdasarkan emosi dalam diri seseorang bukan berdasarkan kebutuhan.

Menurut Schiffman dan Kanuk, Indikator untuk mengetahui perilaku ekonomi konsumen dapat digunakan sebagai berikut<sup>77</sup> :

1) Pemenuhan kebutuhan sesuai intensitas

Kebutuhan berdasarkan intensitasnya dapat dilihat dari kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primer disebut juga kebutuhan pokok atau dasar, yaitu kebutuhan yang harus dipenuhi karena sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia. Kebutuhan ini meliputi makanan, pakaian, dan perumahan (pangan, sandang dan papan). Kebutuhan sekunder adalah merupakan jenis kebutuhan yang diperlukan setelah semua kebutuhan pokok primer telah semuanya terpenuhi dengan baik. Kebutuhan tersier adalah kebutuhan manusia yang sifatnya mewah, tidak sederhana dan berlebihan yang timbul setelah terpenuhinya kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder.

2) Penerapan prinsip ekonomi dalam konsumsi

Melakukan kegiatannya konsumen pun harus selalu berpedoman pada prinsip ekonomi. Ia akan berusaha mengonsumsi barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan sebesar mungkin. Beberapa contoh penerapan prinsip ekonomi

---

<sup>77</sup>Dessyta Gumanti, *Pengaruh Pendapatan...*, h. 26-28

dalam kegiatan konsumsi, antara lain menyusun daftar barang atau jasa yang dibutuhkan dengan urutan dari yang terpenting sampai yang tidak penting, mengonsumsi barang atau jasa mulai urutan teratas pada daftar skala prioritas kebutuhan yang telah disusun, berusaha menyisihkan penghasilan untuk ditabung.

### 3) Motif melakukan konsumsi

Motif ekonomi adalah suatu kekuatan yang mendorong orang untuk melakukan tindakan atau kegiatan ekonomi. Motif dalam mengonsumsi dapat dibedakan karena motif ekonomi dan motif non ekonomi. Motif ekonomi meliputi untuk mendapat laba dan mendapat kepuasan atau kenikmatan sebesar-besarnya. Sedangkan motif non ekonomi seperti membantu orang lain, mendapatkan penghargaan dan penghormatan dari masyarakat serta mendapatkan kedudukan atau jabatan di masyarakat.

### 4) Skala prioritas dalam konsumsi

Skala prioritas merupakan tindakan yang mengutamakan kebutuhan mana yang harus didahulukan atau yang di anggap penting.

### 5) Selektif dalam konsumsi

Seseorang yang selektif dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa akan melakukan memilih dengan melalui pertimbangan yang matang.

Pengukuran perilaku konsumen dilakukan berdasarkan atas kecenderungan mahasiswa adalah: 1) Perencanaan konsumsi. 2) Prinsip penghematan. 3) Pemaksimalan nilai. 4) Pencapaian kualitas hidup. 5) Minimasi penggunaan material dan bahan beracun dalam berkonsumsi. 6) Pemenuhan kebutuhan sesuai intensitas dan keberlanjutan. 7) Penerapan prinsip ekonomi dan keberlanjutan dalam konsumsi. 8) Motif melakukan konsumsi. 9) Skala prioritas dalam konsumsi. 10) Keterlibatan dalam pengambilan keputusan konsumsi<sup>78</sup>

Perilaku konsumen adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yaitu: 1) Tahap Perolehan (*acquisition*): mencari (*searching*) dan membeli (*purchasing*). 2) Tahap Konsumsi (*consumption*): menggunakan (*using*) dan mengevaluasi (*evaluating*). 3) Tahap tindakan pasca beli (*disposition*): apa yang dilakukan oleh konsumen setelah produk itu digunakan atau dikonsumsi.<sup>79</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut indikator yang penulis ambil untuk melihat perilaku konsumen terdiri dari: pemenuhan kebutuhan berdasarkan intensitas, penerapan prinsip ekonomi, motif melakukan konsumsi, skala prioritas dalam konsumsi, selektif dalam konsumsi.

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli,

---

<sup>78</sup>Muaddab, Hafis. "Faktor yang Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumsi Hijau pada Siswa SMK Negeri se Kabupaten Jombang". Vol 2 Nomor 2 tahun, 2015 h. 128

<sup>79</sup>Ristiyanti Prasetijo, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: CV. ANDI OFFSET: 2005, h. 9-10

menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.<sup>80</sup> Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang dinamis ditunjukkan dalam bentuk perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen baik perorangan maupun kelompok dalam mencari, mengevaluasi, membeli, menggunakan dan membuang suatu produk, jasa dan ide yang di harapkan yang akan memuaskan.<sup>81</sup>

Upaya yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa dapat diawali dengan upaya pencarian informasi, dapat melalui internet ataupun tetangga sekitar. Jika produk beresiko tinggi, maka konsumen akan mencari informasi lebih banyak untuk menghindari kesalahan dalam pengambilan keputusan. Jika konsumen yakin akan keunggulan manfaat dari suatu produk, maka konsumen akan membeli dan mengonsumsi produk tersebut. Perilaku yang dilakukan antar konsumen tentu akan beragam sesuai kondisi konsumen, situasi dan kondisi eksternal yang mempengaruhinya.

Lingkungan kehidupan yang relatif konsumtif seperti saat ini dan adanya iklan di berbagai media komunikasi ke konsumen agar membeli produk, tuntutan untuk lebih dapat memahami secara baik terhadap perilaku konsumen menjadi penting.

Dengan mengetahui individu seperti motif, sikap, dan perilakunya

---

<sup>80</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008, h.166

<sup>81</sup>Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, h. 62

serta faktor-faktor usaha pemasaran maupun lingkungan eksternal lain yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan pada gilirannya akan berpengaruh terhadap perilakunya.<sup>82</sup>

Yusuf Qardhawi menyatakan ada 3 norma dasar yang hendaknya menjadi landasan dalam perilaku konsumen muslim yaitu<sup>83</sup> :

- a) Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir. Harta diberikan Allah kepada manusia seharusnya digunakan untuk kemaslahatan manusia sendiri serta sebagai sarana beribadah kepada Allah. Dalam memanfaatkan harta ini, perintah wajib membelanjakan uang tercancam setelah anjuran beriman kepada Allah dan Nabi-Nya. Ini merupakan pertanda jelasnya perintah membelanjakan uang, bukan sekadar anjuran yang boleh dikerjakan atau ditinggalkan. Sasarannya dikelompokkan menjadi 2 dua yaitu pemanfaatan harta untuk *fi Sabilillah* dan pemanfaatan harta untuk diri sendiri dan keluarga.

#### 1) *Fi sabilillah*

Islam menggariskan bahwa membelanjakan harta tidak boleh melampaui batas, misalnya menafkahkan harta untuk orang banyak dalam jumlah besar dari pada

<sup>82</sup>Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet...*, h. 3

<sup>83</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema insani, 1995, h. 148

nafkah pribadinya. Peraturan ini ditetapkan agar kecukupan serta keluarganya hidup serba cukup, tidak mengemis kepada orang lain. Namun demikian, manusia juga memiliki sifat tertentu, yang jiwa dan hatinya dekat kepada Allah dengan mengesampingkan kebutuhan dunia.

## 2) Untuk Diri dan Keluarga

Bentuk nafkah yang kedua adalah nafkah untuk diri sendiri dan keluarga yang ditanggungnya. Seorang muslim tidak diperbolehkan mengharamkan harta halal dan harta yang baik untuk diri dan keluarganya, padahal mampu mendapatkannya apakah terdorong oleh sikap zuhud dan hidup serba kekurangan atau karena pelit dan bakhil. Al- Qur'an juga tidak membenarkan kesengsaraan yang sengaja dijalani seseorang dan keluarganya dengan alasan untuk beribadah atau untuk menghemat uang.<sup>84</sup> Sejalan dengan itu, Nabi pun melarang orang menjalani kesengsaraan dengan dalih seperti itu dan beliau memandangnya sebagai faktor yang membinasakan kehidupan manusia. Seperti firman Allah di dalam surat Al-Ma'idah: 87-88 yang berbunyi:

---

<sup>84</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma...*, h.149

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”<sup>85</sup>*

Tidak diragukan bahwa sikap terlalu menghemat uang pada sebagian manusia, baik untuk kepentingan diri maupun keluarga adalah sikap tercela. Salah satu mensyukuri nikmat Allah adalah dengan memanfaatkannya sebagaimana tujuan penciptaannya. Sikap memanfaatkan sarana yang ada termasuk sikap yang dipuji Allah. Sebaliknya sifat kikir adalah sikap yang tak terpuji di hadapan-Nya.

b) Tidak Melakukan Kemubaziran

Seorang muslim selalu dianjurkan agar tidak berlebihan dalam membelanjakan hartanya dan mengarahkan berbelanja untuk kebutuhan yang bermanfaat. Sikap ini dilandasi oleh keyakinan bahwa manusia harus mempertanggungjawabkan harta di hadapan Allah. Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya

<sup>85</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 172

untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkahnnya di jalan Allah. Dengan kata lain islam adalah agama yang memerangi kekikiran dan kebakhilan. Pijakan kedua tuntutan yang adil adalah larangan bertindak mubazir karena Islam mengajarkan agar konsumen bersikap sederhana. Hidup sederhana adalah tradisi Islam yang mulia, baik dalam membeli makanan, minuman, pakaian, dan kediaman, atau dalam segi kehidupan apapun.

Seperti hadits berikut ini:

*Dari Qatadah dari „Amr bin Syu“ aib dari bapaknya dari kakeknya dia berkata: Rasulullah saw bersabda : „Makanlah dan bersedakahlah serta berpakaianlah dengan tidak berlebihan dan sombong. (H.R. an-Nasa“i nomor 2512)<sup>86</sup>*

Seorang muslim juga dilarang untuk melakukan hutang dan merendahkan dirinya dihadapan orang lain. Setiap muslim dianjurkan menyeimbangkan pendapatan dengan pengeluaran. Seperti hadits

*Jabir Radliyallahu „anhu berkata: ada seorang laki-laki di antara kami meninggal dunia, lalu kami memandikannya, menutupinya, dengan kapas dan mengkafaninya. Kemudian kami mendatangi Rasulullah saw dan kami tanyakan : apakah baginda akan menyolatkannya? Beliau melangkan beberapa langkah kemudian bertanya: “Apakah ia mempunyai hutang? Kami menjawab : Dua dinar itu menjadi tanggunganku. Lalu Rasulullah saw bersabda : “Betul- betul engkau tanggung dan mayit itu terbebas darinya. “ia menjawab : Ya. Maka beliau menyolatkannya. Riwayat Ahmad, Abu Dawud*

---

<sup>86</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika...*, h.150

dan Nasa'i. *Hadits Shahih menurut Ibnu Hibban dan Hakim*.<sup>87</sup>

c) Sikap Hidup yang sederhana

Perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah swt. Yang tidak didapat dalam ilmu perilaku konsumsi konvensional. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik di dunia maupun akhirat.<sup>88</sup>

**Tabel 2.4**  
**Perbedaan perilaku konsumsi konvensional dengan konsumsi ekonomi Islam.**

| No | Materi            | Ekonomi Konvensional           | Ekonomi Islam   |
|----|-------------------|--------------------------------|---|
| 1  | Pusat kepentingan | Manusia                        | Allah   |
| 2  | Penilaian         | Maksimalisasi Kepuasan         | Kebutuhan   |
| 3  | Anggaran          | Terbatas                       | Memadai, konsumsi dikendalikan, tidak boros, tidak berlebihan |
| 4  | Pembatasan        | Tidak ada pembatasan keinginan | Ada pembatasan, Pengekangan hawa nafsu                        |

Menurut Ibn Sina, dalam buku *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*

*Perspektif Maqashid Al-Syari'ah* ada dua hal penting yang harus diperhatikan oleh manusia, yaitu *income* (pencarian rezeki) dan *expenditure* (pengeluaran).<sup>89</sup> Ketika seseorang menginginkan

<sup>87</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika...*, h. 148

<sup>88</sup>Muhammad Muflih, *Perilaku konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006, h.4

<sup>89</sup>Muhammad Muflih, *Perilaku konsumen...*, h.5

keberkahan, maka ia harus memulai untuk meraih keberkahan tersebut jauh sebelum konsumsi dilakukan. Ia harus bekerja dengan cara yang baik, karena Islam mempertimbangkan proses pencarian rezeki harus dilalui dengan proses yang halal dan sah. Sebelum akhirnya dibelanjakan untuk suatu barang/jasa, dengan cara yang baik pula.

### C. Kerangka Pikir

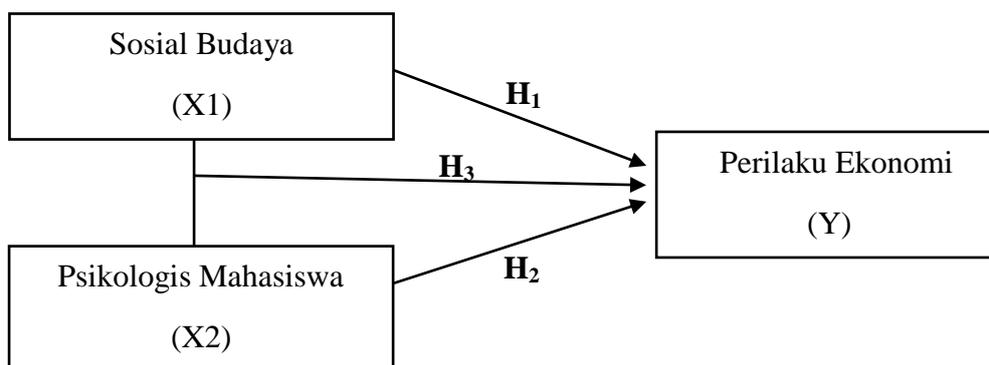
Kerangka pikir adalah hubungan yang melibatkan satu variabel bebas dan variabel terikat.<sup>90</sup> Kerangka berfikir menggambarkan pengaruh antara variable bebas terhadap variable terikat yaitu pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Variabel Bebas atau *Independence Variabel* merupakan sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variable terikat, biasanya dinotasikan dengan symbol X. Dengan kata lain, variabel bebas merupakan variable yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel Terikat atau *dependent variable* merupakan factor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa factor lain, biasa dinotasikan dengan Y<sup>91</sup>. Variabel bebas (X1) dalam penelitian ini adalah Sosial Budaya dan Variabel bebas (X2) adalah Psikologis Mahasiswa. Sedangkan Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah Perilaku Ekonomi. Kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>90</sup>Sapto Raharjo, *Kiat Membangun Aset Kekayaan*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006, h. 15

<sup>91</sup>Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 39

**Bagan 2. 1 Kerangka Pikir**



Keterangan :

1. X1 adalah variabel independen atau variabel bebas yaitu menghubungkan variabel Sosial Budaya berpengaruh terhadap variabel Perilaku Ekonomi.
2. X2 adalah Variabel independent atau variabel bebas yaitu menghubungkan variabel Psikologis Mahasiswa berpengaruh terhadap variabel Perilaku Ekonomi.
3. X1 dan X2 bersama-sama mempengaruhi variabel perilaku ekonomi.
4. Y adalah variabel dependen atau variabel terikat yaitu perilaku ekonomi.
5. Tanda Panah menunjukkan hubungan antara asimetris antara variable X terhadap variable Y yang menunjukkan bahwa suatu variable akan menyebabkan atau mempengaruhi variable lainnya.

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji. Bisa juga disebut sebagai rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga

merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.<sup>92</sup>

Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dengan hipotesis, peneliti menjadi jelas arah pengujiannya dengan kata lain hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian dilapangan baik sebagai objek pengujiannya maupun dalam pengumpulan data.<sup>93</sup> Berdasarkan tinjauan pustaka dan perumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka penulis memiliki hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

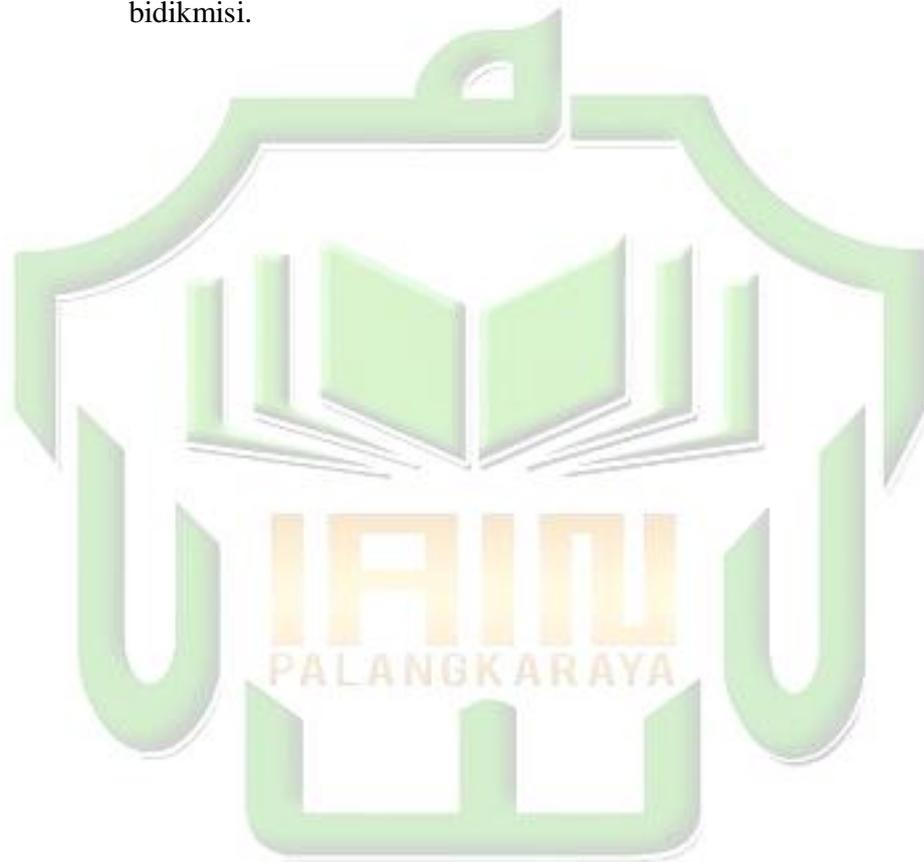
- H<sub>1</sub> : Ada pengaruh secara signifikan antara sosial budaya (X<sub>1</sub>) mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi terhadap perilaku ekonomi (Y) mahasiswa bidikmisi.
- H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara sosial budaya (X<sub>1</sub>) mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi terhadap perilaku ekonomi (Y) mahasiswa bidikmisi
- H<sub>2</sub> : Ada pengaruh secara signifikan antara psikologis (X<sub>2</sub>) mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi terhadap perilaku ekonomi (Y) mahasiswa bidikmisi.
- H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara psikologis (X<sub>2</sub>) mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi terhadap perilaku ekonomi (Y) mahasiswa bidikmisi.

---

<sup>92</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi IV)*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006 h. 110

<sup>93</sup>Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017, h.. 63

- H<sub>3</sub> : Ada pengaruh secara signifikan antara sosial budaya (X<sub>1</sub>) dan psikologis (X<sub>2</sub>) mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi terhadap perilaku ekonomi (Y) mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi.
- H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh secara signifikan simultan antara sosial budaya (X<sub>1</sub>) dan psikologis (X<sub>2</sub>) mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi terhadap perilaku ekonomi (Y) mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>94</sup> Serta menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif-deskriptif.

Permasalahan yang diutarakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Ex Post Facto* yaitu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi. Artinya, data yang dikumpulkan didapat setelah semua kejadian yang dikumpulkan telah selesai berlangsung. Peneliti dapat melihat akibat dari suatu fenomena dan menguji hubungan sebab akibat dari data-data yang tersedia. Jenis penelitian *Ex Post Facto* memerlukan Pengumpulan data baik itu data variabel dependen dan independen.

Penelitian *Ex Post Facto* terbagi menjadi dua jenis yaitu sebagai berikut:

---

<sup>94</sup>Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 8

1. *Causal research* (penelitian korelasi) merupakan suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian korelasi mempunyai tiga karakteristik penting untuk para peneliti yang hendak menggunakannya.
2. *Causal compararative research* (penelitian kausal komparatif) merupakan pendekatan dasar kausal komparatif melibatkan kegiatan peneliti yang diawali dengan mengidentifikasi pengaruh variabel satu terhadap variabel lainnya, kemudian dia berusaha mencari kemungkinan variabel penyebabnya. Bisa juga disebut dengan penelitian kausal komparatif peneliti berusaha mencermati pertanyaan penelitian.<sup>95</sup>

Variabel yang diangkat dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (X1) yaitu Sosial Budaya dan variabel bebas (X2) Psikologis dan variabel terikat (Y) yaitu Perilaku Ekonomi.

## **B. Waktu Dan Tempat**

### **1. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian Pengaruh Sosial Budaya Dan Psikologis Mahasiswa Bidikmisi Terhadap Perilaku Ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya. Dilaksanakan selama dua bulan setelah peneliti mendapat rekomendasi dari Lembaga Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya untuk meneliti. Sejak 13 Januari s/d 13 Maret 2022. Penelitian ini dilakukan dengan tenggang waktu selama dua bulan

---

<sup>95</sup>Widarto, "*Penelitian Ex Post Facto*", Universitas Negri Yogyakarta, 2013,h. 3 <http://staffnew.uny.ac.id/upload/131808327/pengabdian/8penelitian-ex-post-facto.pdf> diakses pada tanggal 11 November 2020, ukul 23.31 WIB.

setelah proposal ini diseminarkan dan mendapat izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

## 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Palangka Raya Khususnya pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya yang beralamat di Jalan G. Obos Komplek *Islamic Centre* No. 24 Palangka Raya, Kalimantan Tengah 73112, telepon (0536) 3239447 Fax. 3222105.

## C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penarikan batas yang lebih substantif dari suatu konsep penelitian agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami unsur-unsur mendasar yang menjadi bahan penelitian. Kemudian termuat dalam operasional variabel. Operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut:

### 1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, dikarenakan ada variabel bebas.<sup>96</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Perilaku Ekonomi.

### 2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel *stimulus*, *predictor* dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas.

---

<sup>96</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016, h.39

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.<sup>97</sup> Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Sosial Budaya ( $X_1$ ) dan Psikologis ( $X_2$ ).

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

| Variabel   | Definisi Variabel  | Indikator Variabel  | Skala Pengukuran |
|--|--|---|------------------|
| <b>Independen:</b><br>Sosial Budaya<br>( $X_1$ ) | Sosial Budaya adalah perkembangan masyarakat dan kebudayaan tidak harus melalui tahap-tahap tertentu atau tidak selamanya melalui tahap yang konstan. Tetapi masyarakat dan kebudayaan berkembang dari homogen ke heterogen. Artinya perkembangan masyarakat dari homogen ke heterogen adalah peradaban masyarakat pada mulanya sederhana menjadi sangat kompleks.   | 1. Adaptasi<br>2. Pencapaian Cita-cita<br>3. Integrasi<br>4. Teladan<br>5. Tingkah Laku<br>6. Kepribadian<br>7. Sistem Sosial<br>8. Sistem Budaya | Likert           |
|  | <b>Menurut Herbert Spencer dalam Muhammad Syawalludin (2017)</b>   | <b>Reizya Gesleoda Axiaverona (2017)</b>  |                  |
| <b>Independen:</b><br>Psikologis ( $X_2$ )       | Psikologis adalah sebuah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku terbuka dan tertutup manusia baik selaku individu maupun kelompok, dalam hubungannya dengan lingkungan. Tingkah laku terbuka adalah, tingkah laku yang bersifat psikomotor yang meliputi perbuatan berbicara, duduk, berjalan, dan sebagainya, sedangkan tingkah laku tertutup meliputi berfikir, keyakinan, perasaan, dan sebagainya. | 1. Aspek Afektif<br>2. Perilaku<br>3. Motivasi Berprestasi  | Likert           |
|  | <b>Menurut Muhibbin Syah (2001: 20)</b>  | <b>Periantalo (2015)</b>  |                  |
| <b>Dependen:</b><br>Perilaku<br>Ekonomi (Y)      | Perilaku Ekonomi adalah sebuah studi yang mempelajari individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.   | 1. Pemenuhan Kebutuhan Sesuai Intensitas  | Likert           |
|  |  | 2. Daftar Skala Prioritas Kebutuhan   |                  |
|  |  | 3. Mendapat Kepuasan Diri   |                  |
|  |  | 4. Selektif Dalam Konsumsi  |                  |
|  |  | 5. Motif Melakukan Konsumsi   |                  |
|  |  | 6. Membelanjakan Harta untuk Kebaikan   |                  |
|  |  | 7. Tidak Mubazir  |                  |
|  |  | 8. Bersikap Hidup Sederhana   |                  |

<sup>97</sup>*Ibid.*, h.39

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | Menurut Kotler dan Keller (2008) dalam Nopirin (2008:287) | Muaddab Hafiz (2015) dan Yusuf Qardhawi (1995) |  |
|--|---|--|--|

Sumber: Data diolah Peneliti

## D. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu.<sup>98</sup> Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang diteliti.<sup>99</sup> Jadi, populasi dalam penelitian penulis adalah Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya Tahun 2018-2019 sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Penerima Beasiswa Bidikmisi Dari Tahun 2018-2019**  
**Di IAIN Palangka Raya**

| Tahun  | Jumlah Penerima Beasiswa |
|--------|--------------------------|
| 2018   | 105                      |
| 2019   | 49                       |
| Jumlah | 154                      |

Sumber: dibuat oleh peneliti<sup>100</sup>

### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur

<sup>98</sup>*Ibid.*, h. 80

<sup>99</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, h. 80

<sup>100</sup>Wawancara dengan IS, pada 28 Februari 2020.

tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.<sup>101</sup> Jika, populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.<sup>102</sup> Adapun secara sederhana Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan di teliti oleh peneliti.<sup>103</sup>

Menurut Fraenkel dan Wallen (1993) mengatakan bahwa tugas pertama peneliti dalam pemilihan sampel adalah menegaskan batasan populasi (*defining the population*) yang hendak diteliti. Peneliti dituntut secara jelas tentang siapa yang akan dikenakan kesimpulan hasil dari penelitiannya.<sup>104</sup> Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* atau sampling acak sederhana dimana tidak adanya aturan tertentu untuk memilih sejumlah sampel dalam suatu populasi dan memberikan kesempatan yang sama bagi seluruh populasi untuk menjadi sampel dalam penelitian ini.<sup>105</sup> Suatu sampel dikatakan acak jika setiap anggota atau unsur memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dalam penentuan ini ada dua cara yaitu sebagai berikut:

a. Metode Undian

---

<sup>101</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian...*, h. 80

<sup>102</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...* h. 81

<sup>103</sup> Suharsimi Arikunto, *Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (edisi revisi IV)*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006, h.117

<sup>104</sup> *Ibid.*, h. 80

<sup>105</sup> *Ibid.*, h. 82

Proses pemilihan sampel berdasarkan metode ini relatif mudah. Setiap anggota populasi diberi nomor dari 1 sampai terakhir. kemudian, dilakukan pengundian untuk mendapatkan sampel.

b. Metode dengan Tabel Bilangan Random

Untuk menggunakan sampel acak dengan metode ini dipergunakan tabel bilangan random.

Menurut Suharsimi Arikunto —apabila subjek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10- 20% atau 20-25% atau lebih.<sup>106</sup> Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = nilai presisi

Pada Penelitian ini terdapat jumlah penerima beasiswa bidik misi di IAIN Palangka Raya dari tahun 2018-2019 sebanyak 154 orang. Oleh karena itu saya selaku peneliti untuk menghemat waktu dan biaya untuk penelitian ini dengan menggunakan sampel dengan rumus solvin. Memiliki batasan toleransi 10%.

---

<sup>106</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi IV)*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006, h. 134

Diketahui :

$$N = 154$$

$$d = 10 \%$$

ditanya ? n

Rumus Slovin:

$$n = N / N (d)^2 + 1$$

$$n = 154 / 154 (10\%)^2 + 1$$

$$n = 154 / 154 (0,01) + 1$$

$$n = 154 / 1,54 + 1$$

$$n = 154 / 2,54$$

$$n = 60,63 \text{ dibulatkan menjadi } 61$$

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel berstrata atau bertingkat sehingga rumus lanjutan yang akan digunakan yaitu rumusan alokasi propotional dari sugiyono yaitu:

$$n_i = \frac{N_i}{N} n$$

Keterangan:

$n_i$  = Jumlah sampel menurut stratum

$n$  = Jumlah sampel seluruhnya

$N_i$  = Jumlah populasi menurut stratum

$N$  = Jumlah populasi seluruhnya

Diketahui tahun 2018, daftar penerima beasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya yang tercatat sebanyak 105.

$$N_i = 105$$

$$N = 154$$

$$n = 61$$

$$\text{Jadi: } n_i = \frac{105}{154} 61 = 41,59/42$$

Diketahui tahun 2019, daftar penerima beasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya yang tercatat sebanyak 49.

$$N_i = 49$$

$$N = 154$$

$$n = 61$$

$$\text{Jadi: } n_i = \frac{49}{154} 61 = 19,40/19$$

Tabel pengambilan sampel dari populasi dari penerima bidikmisi di IAIN Palangka Raya sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Jumlah Populasi dan Sampel Penerima Bidikmisi**  
**Mahasiswa IAIN Palangka Raya 2018-2019**

| Tahun         | Daftar Penerima Bidikmisi | Sampel |
|---------------|---------------------------|--------|
| 2018          | 105                       | 42     |
| 2019          | 49                        | 19     |
| <b>Jumlah</b> | 154                       | 61     |

*Sumber: Data Penerima Bidikmisi IAIN Palangka Raya*

Jadi, sampel yang akan saya teliti dari populasi diatas sebanyak 61 orang penerima beasiswa bidikmisi di IAIN Palangka Raya.

Adapun cara pengambilan sampel, yaitu dengan melakukan survei kepada setiap mahasiswa/i penerima beasiswa bidikmisi yang di jumpai di kampus IAIN Palangka Raya, para mahasiswa/I tersebut yang ditemui akan diminta untuk memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan yang akan diajukan oleh peneliti.

## E. Metode Pengumpulan Data

### 1. Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.<sup>107</sup> Kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan tertulis yang memerlukan tanggapan baik kesesuaian maupun ketidak sesuaian dari sikap testi. Pernyataan dan Pertanyaan yang tertulis pada angket berdasarkan indikator yang diturunkan pada setiap variabel tertentu.<sup>108</sup>

Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan unuk mengukur sikap dalam suatu penelitan. Yang dimaksud dengan sikap menurut Thurstone ialah 1) pengaruh atau penolakan, 2) penilaian, 3) suka atau tidak suka, 4) kepositifan atau kenegatifan terhadap suatu obyek psikologis. Biasanya sikap dalam skala likert diekspresikan mulai dari yang paling negatif, netral sampai ke yang paling positif dalam bentuk sebagai berikut:

- a. Sangat tidak setuju (STS) diberi angka 1,
- b. Tidak setuju (TS) diberi angka 2,
- c. Tidak tahu (Netral) diberi angka 3,
- d. Setuju (S) diberi angka 4, dan
- e. Sangat setuju (SS) diberi angka 5.<sup>109</sup>

---

<sup>107</sup>Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif...*, h.. 142

<sup>108</sup>*Ibid.*,

<sup>109</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif....*, h. 93-94

**Tabel 3.4**  
**Kisi-kisi Pernyataan yang digunakan dalam angket**

| Variabel                        | Sub Variabel                      | Indikator                             | Jumlah pernyataan | No. pernyataan |
|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|-------------------|----------------|
| Sosial Budaya (X <sub>1</sub> ) | Tindakan                          | Adaptasi                              | 4                 | 1,2,3,4        |
|                                 |                                   | Pencapaian Cita-cita                  | 3                 | 5,6,7          |
|                                 |                                   | Integrasi                             | 2                 | 8,9            |
|                                 |                                   | Teladan                               | 3                 | 10,11,12       |
|                                 | Hierarki                          | Tingkah laku                          | 3                 | 13,14,15       |
|                                 |                                   | Kepribadian                           | 3                 | 16,17,18       |
|                                 |                                   | Sistem Sosial                         | 4                 | 19,20,21,22    |
|                                 | Sistem Budaya                     | 5                                     | 23,24,25,26,27    |                |
| Psikologis (X <sub>2</sub> )    | Aspek Non Kognitif                | Aspek Afektif                         | 5                 | 1,2,3,4,5      |
|                                 |                                   | Perilaku                              | 4                 | 6,7,8,9        |
|                                 |                                   | Motivasi Berprestasi                  | 4                 | 10,11,12,13    |
| Perilaku Ekonomi (Y)            | Perilaku Konsumsi Secara Rasional | Pemenuhan kebutuhan sesuai intensitas | 2                 | 1,2            |
|                                 |                                   | Daftar Skala Prioritas kebutuhan      | 3                 | 3,4,5          |
|                                 |                                   | Mendapat kepuasan diri                | 2                 | 6,7            |
|                                 |                                   | Selektif Dalam Konsumsi               | 3                 | 8,9,10         |
|                                 |                                   | Motif Melakukan Konsumsi              | 3                 | 11,12,13       |
|                                 | Perilaku Konsumsi Muslim          | Membelanjakan Harta Untuk Kebaikan    | 2                 | 14,15          |
|                                 |                                   | Tidak Mubazir                         | 2                 | 16,17          |
|                                 |                                   | Bersikap Hidup Sederhana              | 2                 | 18,19          |

*Sumber: data primer yang diolah 2021*

## 2. Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi.

Dilakukan dengan cara menumpulkan data berdasarkan data-data atau laporan-laporan yang berkaitan dengan yang peneliti bahas.

Dokumentasi ditunjukkan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, buku pedoman bidikmisi, laporan kegiatan, foto-foto, peraturan-peraturan, film documenter, data yang relevan. Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berupa gambar, tulisan atau karya-karya momental dari seseorang.<sup>110</sup>

## **F. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Instrumen Penelitian**

#### **a. Validasi Konstrak**

Validitas (*validity*, kesahihan) berkaitan dengan permasalahan —apakah instrumen yang dimaksudkan untuk mengukur sesuatu itu memang dapat mengukur secara tepat sesuatu yang akan diukur tersebut. Secara singkat dapat dikatakan bahwa validitas alat penelitian mempersoalkan apakah alat itu dapat mengukur apa yang akan diukur.<sup>111</sup>

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data penelitian yang diperoleh melalui kuesioner (angket). Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung kemampuan alat tersebut untuk mengukur objek yang diukur dengan cermat dan tepat. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasi pada variabel-variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut

---

<sup>110</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian...*,h.219

<sup>111</sup>Burhan Nurgiyantoro, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*,Yogyakarta: UGM University Press, 2012, h. 338

dinyatakan valid. Untuk mengetahui tingkat validitas instrument penelitian, digunakan program SPSS.<sup>112</sup> Keabsahan suatu penelitian kuantitatif akan merujuk pada sebuah validitas butir instrumen dan validitas skala atau instrument. Valid dimaksud sebagai kemampuan butir dalam mendukung konstruk dalam instrumen. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila instrumen tersebut betul-betul mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>113</sup>

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Seperti halnya meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan teliti, karena meteran memang alat untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat.<sup>114</sup> Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total yang artinya angket dinyatakan valid.
- 2) Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total yang artinya angket dinyatakan tidak valid.<sup>115</sup>

---

<sup>112</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016, h.126

<sup>113</sup>*Ibid.*,

<sup>114</sup>*Ibid.*, h. 121

<sup>115</sup>Joko Widiyanto, *SPSS for windows*, Surakarta: Mutiara, 2012, h. 42

**Tabel 3.5**  
**Keputusan Validitas Variabel X<sub>1</sub> (Sosial Budaya)**

| Item | r <sub>hitung</sub> | r <sub>tabel α= 0,05 ; n =30</sub> | Keputusan |
|------|---------------------|------------------------------------|-----------|
| 1    | 0,709               | 0.361                              | Valid     |
| 2    | 0,537               | 0.361                              | Valid     |
| 3    | 0,584               | 0.361                              | Valid     |
| 4    | 0,742               | 0.361                              | Valid     |
| 5    | 0,712               | 0.361                              | Valid     |
| 6    | 0,761               | 0.361                              | Valid     |
| 7    | 0,655               | 0.361                              | Valid     |
| 8    | 0,626               | 0.361                              | Valid     |
| 9    | 0,579               | 0.361                              | Valid     |
| 10   | 0,740               | 0.361                              | Valid     |
| 11   | 0,607               | 0.361                              | Valid     |
| 12   | 0,663               | 0.361                              | Valid     |
| 13   | 0,591               | 0.361                              | Valid     |
| 14   | 0,856               | 0.361                              | Valid     |
| 15   | 0,692               | 0.361                              | Valid     |
| 16   | 0,659               | 0.361                              | Valid     |
| 17   | 0,707               | 0.361                              | Valid     |
| 18   | 0,661               | 0.361                              | Valid     |
| 19   | 0,629               | 0.361                              | Valid     |
| 20   | 0,642               | 0.361                              | Valid     |
| 21   | 0,658               | 0.361                              | Valid     |
| 22   | 0,826               | 0.361                              | Valid     |
| 23   | 0,781               | 0.361                              | Valid     |
| 24   | 0,600               | 0.361                              | Valid     |
| 25   | 0,764               | 0.361                              | Valid     |
| 26   | 0,713               | 0.361                              | Valid     |
| 27   | 0,486               | 0.361                              | Valid     |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden 30 orang dan dari 27 item pernyataan variabel X<sub>1</sub> dinyatakan sebanyak 27 item pernyataan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

**Tabel 3.6**  
**Keputusan Validitas Variabel X<sub>2</sub> (Psikologis)**

| Item | r <sub>hitung</sub> | r <sub>tabel α=0,05 ; n =30</sub> | Keputusan |
|------|---------------------|-----------------------------------|-----------|
| 1    | 0,581               | 0.361                             | Valid     |
| 2    | 0,776               | 0.361                             | Valid     |
| 3    | 0,702               | 0.361                             | Valid     |
| 4    | 0,793               | 0.361                             | Valid     |
| 5    | 0,749               | 0.361                             | Valid     |
| 6    | 0,511               | 0.361                             | Valid     |
| 7    | 0,620               | 0.361                             | Valid     |
| 8    | 0,672               | 0.361                             | Valid     |
| 9    | 0,742               | 0.361                             | Valid     |
| 10   | 0,770               | 0.361                             | Valid     |
| 11   | 0,893               | 0.361                             | Valid     |
| 12   | 0,769               | 0.361                             | Valid     |
| 13   | 0,525               | 0.361                             | Valid     |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden 30 orang dan 13 item pernyataan variabel X<sub>2</sub> dinyatakan sebanyak 13 item pernyataan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

**Tabel 3.7**  
**Keputusan Validitas Variabel Y (Perilaku Ekonomi)**

| Item | r <sub>hitung</sub> | r <sub>tabel α=0,05 ; n =30</sub> | Keputusan |
|------|---------------------|-----------------------------------|-----------|
| 1    | 0,787               | 0.361                             | Valid     |
| 2    | 0,688               | 0.361                             | Valid     |
| 3    | 0,673               | 0.361                             | Valid     |
| 4    | 0,742               | 0.361                             | Valid     |
| 5    | 0,691               | 0.361                             | Valid     |
| 6    | 0,512               | 0.361                             | Valid     |
| 7    | 0,735               | 0.361                             | Valid     |
| 8    | 0,534               | 0.361                             | Valid     |
| 9    | 0,663               | 0.361                             | Valid     |
| 10   | 0,759               | 0.361                             | Valid     |
| 11   | 0,757               | 0.361                             | Valid     |
| 12   | 0,548               | 0.361                             | Valid     |
| 13   | 0,715               | 0.361                             | Valid     |
| 14   | 0,701               | 0.361                             | Valid     |
| 15   | 0,822               | 0.361                             | Valid     |
| 16   | 0,770               | 0.361                             | Valid     |
| 17   | 0,708               | 0.361                             | Valid     |
| 18   | 0,772               | 0.361                             | Valid     |
| 19   | 0,655               | 0.361                             | Valid     |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden 30 orang dari 19 pernyataan variabel Y dinyatakan sebanyak 19 item pernyataan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

#### b. Reliabilitas

Reliabilitas dalam bahasa Indonesia diambil dari kata *reliability* dalam bahasa Inggris, berasal dari kata *reliable* yang artinya dapat dipercaya.<sup>116</sup> Reliabilitas (*reliability*, kepercayaan) menunjuk kepada pengertian apakah sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Jadi, kata kunci untuk syarat kualifikasi suatu instrumen pengukur adalah konsistensi, dan tidak berubah-ubah.<sup>117</sup>

Sebuah uji dikatakan dapat dipercaya jika memberikan hasil yang tetap jika diujikan berkali-kali. Sebuah uji dikatakan *reliable* apabila hasil-hasil uji tersebut menunjukkan ketetapan. Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Untuk mengetahui reliabilitas seluruh uji menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Sehingga metode yang digunakan untuk menguji realibilitas dalam penelitian ini adalah rumus *Cronbach's Alpha*, yaitu :

<sup>116</sup> Ganatut Thoifah, *Statistik Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*, Malang: Madani, 2015, h.114.

<sup>117</sup> Burhan Nurgiyantoro, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Yogyakarta: UGM University Press, 2012, h. 341

$$r_{11} = \left( \frac{K}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Nilai Reliabilitas

$\sum Si$  = Jumlah Varians Skor Tiap-tiap Item

$St$  = Varians Total

$k$  = Jumlah Item

Metode *Cronbach Alpha* mempunyai nilai yang harus dicapai atau nilai yang dikatakan reliabel yaitu :

**Tabel 3.8**  
**Tingkat Keandalan *Cronbach Alpha***

| Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> | Tingkat Keandalan |
|-------------------------------|-------------------|
| 0.000 – 0.199                 | Sangat Rendah     |
| >0.200 – 0.399                | Rendah            |
| >0.400 – 0.599                | Sedang            |
| >0.600 – 0.799                | Tinggi            |
| >0.800 – 1.000                | Sangat Tinggi     |

Sumber: Suharsimi Arikunto, 2013

**Tabel 3.9**  
**Uji Reliabilitas**

| Variabel                        | Cronbach's alpha | Jumlah Instrumen | Keterangan |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------|
| Sosial Budaya (X <sub>1</sub> ) | 0,952            | 27               | Reliabel   |
| Psikologis (X <sub>2</sub> )    | 0,908            | 13               | Reliabel   |
| Perilaku Ekonomi (Y)            | 0,938            | 19               | Reliabel   |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas hasil uji reabilitas variabel Sosial Budaya (X<sub>1</sub>), Psikologis (X<sub>2</sub>), dan Perilaku Ekonomi (Y) menunjukkan bahwa setiap kuesioner dikatakan reliabel, didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing sebesar 0,952 (X<sub>1</sub>), 0,908 (X<sub>2</sub>) dan 0,938 (Y). Termasuk dalam kategori sangat tinggi, dapat

dilihat pada tabel 3.7. Karena nilai *cronbach alpha* > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian ini adalah reliabel.

## G. Uji Persyaratan Analisis

Uji prasyarat analisis diperlukan untuk mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Beberapa teknik analisis data menuntut uji prasyarat analisis. Uji Persyaratan analisis atau sering disebut dengan uji asumsi klasik yang sering digunakan terbagi menjadi yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.<sup>118</sup>

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian seperti model regresi, variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal. Karena data yang baik adalah data yang menyerupai distribusi normal.<sup>119</sup> Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji *Kolmogorov Smirnov* satu arah. Adapun kriteria dalam uji normalitas adalah jika signifikansinya > 0,05 maka dinyatakan data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikansinya < 0,05 maka dinyatakan data tersebut tidak berdistribusi normal.<sup>120</sup> Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji normalitas dengan menggunakan program SPSS 22.0.

### 2. Uji Multikolinearitas

---

<sup>118</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian...*, h. 121

<sup>119</sup>Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi ke-2*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013, h. 92

<sup>120</sup>Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 391

Uji Multikolinearitas adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji multikolinearitas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, untuk pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yakni:

1) Melihat nilai *tolerance*

- a) Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji
- b) Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  maka terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

2) Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

- a) Jika nilai VIF  $< 10,00$  maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji
- b) Jika nilai VIF  $> 10,00$  maka terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.<sup>121</sup>

### 3. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser

---

<sup>121</sup>Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*, Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019, h. 120

SPSS: Uji ini pada dasarnya bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedasitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedasitas*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi *heteroskedasitas*. Dasar pengambilam keputusan pada uji *heteroskedasitas* yakni :

- 3) Jika nilai signifikansi  $> \alpha = 0.05$ , kesimpulannya adalah tidak terjadi *heteroskedasitas*.
- 4) Jika nilai signifikansi  $< \alpha = 0.05$ , kesimpulannya adalah terdapat *heteroskedasitas*.<sup>122</sup>

## H. Analisis Data

Analisis data sangat diperlukan dalam penelitian. Ada yang menggunakan analisis kuantitatif atau kualitatif, tergantung kebutuhan dan keinginan si peneliti. Analisis data pada penelitian ini yaitu analisis data kuantitatif.<sup>123</sup> Analisis data merupakan proses pengolahan, penyajian, interpretasi dan analisis data yang diperoleh dari lapangan, agar data yang disajikan memiliki arti, sehingga pembaca dapat mengetahui hasil dari penelitian.<sup>124</sup>

### 1. Konsep Pengukuran

Alat ukur dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari

<sup>122</sup>*Ibid.*, h. 114-123

<sup>123</sup>Darmo & Ani M. Hasan, “Menyelesaikan Skripsi Dalam Satu Semester” , Jakarta: Grasindo, 2002, h.34

<sup>124</sup>*Ibid.*,

sangat setuju sampai tidak setuju, dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut.

**Tabel 3.10**  
**Skala Penilaian Likert**

| Nilai | Alternatif Jawaban  | Simbol |
|-------|---------------------|--------|
| 5     | Sangat Setuju       | SS     |
| 4     | Setuju              | S      |
| 3     | Ragu-ragu/Netral    | N      |
| 2     | Tidak Setuju        | TS     |
| 1     | Sangat Tidak Setuju | STS    |

Sumber: Sugiyono.<sup>125</sup>

## 2. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linear Berganda yaitu analisis untuk mengukur sejauh mana pengaruh Variabel bebas (X1) yaitu Sosial budaya dan (X2) Psikologis terhadap variabel terikat (Y) yaitu Perilaku Ekonomi, dengan menggunakan rumus. Regresi Linier Berganda: Analisis regresi dengan dua atau lebih *Independent Variable*, dengan formulasi umum:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Perilaku Ekonomi)

X<sub>1</sub>X<sub>2</sub> = Variabel Independen

a = konstanta

b = koefisien Variabel Independen

x = Variabel Independen

b<sub>1</sub> = koefisien regresi X<sub>1</sub> (Sosial Budaya)

b<sub>2</sub> = koefisien regresi X<sub>2</sub> (Psikologis)

e = Residual/Error

Rumus Mencari konstanta a regresi linear berganda =

<sup>125</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian...*, h. 135

$$a = \frac{(\sum Y) - (b_1 \sum x_1) - (b_2 \sum x_2)}{n}$$

Rumus mencari b berganda

$$b_1 = \frac{[(\sum X_2^2 \sum x_1 y) - (\sum X_2 y X \sum X_1 X_2)]}{[(\sum X_1^2 \sum x_2^2) - (\sum X_1 X X_2)^2]}$$

$$b_2 = \frac{[(\sum X_1^2 \sum x_2 y) - (\sum X_1 y X \sum X_1 X_2)]}{[(\sum X_1^2 \sum x_2^2) - (\sum X_1 X X_2)^2]}$$

### b. Uji t (Parsial)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen (X) secara parsial. Kriteria pengujian tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05.

Langkah-langkah pengujian uji t adalah:<sup>126</sup>

A) Membuat formulasi hipotesis, yaitu  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$  : tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

$H_a$  : ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

B) Menetapkan taraf signifikan ( $\alpha$ ), yaitu  $\alpha = 5\%$  atau 0,05

Nilai sig < 0,05 maka:  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.

Nilai sig > 0,05 maka:  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

C) Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan (alat) statistika yang dipergunakan yaitu dengan rumus atau bantuan

<sup>126</sup>Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, h. 99

program SPSS 22.0. Adapapun rumusnya yaitu:

$$t = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left( \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Keterangan:

Dengan  $dk = n_1 + n_2 - 1$

- $X_1$  : rata-rata sampel 1
- $X_2$  : rata-rata sampel 2
- $S_1$  : simpangan baku sampel 1
- $S_2$  : simpangan baku sampel 2
- $S_1^2$  : varians sampel 1
- $S_2^2$  : varians sampel 2
- $N$  : jumlah sampel

- D) Mengetahui kesimpulan sesuai dengan prosedur nomor 2 dan 3.

### c. Uji Serentak F (Serentak/Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas.<sup>127</sup> Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama apakah koefisien parameter secara simultan berbeda atau sama dengan nol. Maksudnya pengujian ini dilakukan adalah untuk mengetahui apakah semua *variable independent* secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap *variable dependen*. Hasil uji F digunakan untuk menyimpulkan apakah hipotesis dalam penelitian ini diterima atau ditolak. Formula yang digunakan adalah<sup>128</sup>

<sup>127</sup>Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015. h. 161

<sup>128</sup>Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Riset Keuangan, Pengujian-pengujian Empiris*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005, h. 261

$$F = \frac{R^2/K}{\{1-R^2\}\{n-k-1\}}$$

Dimana :

K : Banyak variable determinasi

$R^2$  : Koefisien penyebut

$n-k-1$  : Derajat bebas penyebut

Menentukan  $F_{\text{tabel}}$  dan  $F_{\text{hitung}}$  dengan tingkat kepercayaan yang

digunakan dengan 95% atau taraf signifikansi 5% dengan kriteria

sebagai berikut:

Kriteria pengambilan keputusan:

1) Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak berarti ada variable independent secara Bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen.

2) Jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak berarti ada variable independent secara Bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji-F dengan menggunakan SPSS adalah:

1) Jika probabilitas  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

2) Jika probabilitas  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## I. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan untuk mempermudah dalam penyusunan penelitian ini, maka peneliti membagi dalam beberapa bab yaitu sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan , terdapat beberapa pokok pembahasan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

BAB II : Kajian Pustaka, dalam bagian ini terdiri dari penelitian terdahulu, deskripsi teoritik, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian, yang pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, angket, dokumentasi, validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan, pada bab ini berisi gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisis data dan pembahasan.

BAB V : Penutup yang pada bab ini berisi kesimpulan dan saran.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Sejarah awal Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dimulai dari sebuah lembaga bernama Fakultas Tarbiah Al-Jami'ah Palangka Raya yang diresmikan Rektor IAIN Antasari Banjarmasin, H. Mastur Jahri, MA pada tahun 1972. Fakultas ini didirikan sebagai upaya memenuhi kebutuhan tenaga guru agama Islam di Kalimantan Tengah. Pada tanggal 13 November 1975 Fakultas ini memperoleh status terdaftar berdasarkan surat keputusan Dirjen Binbaga Islam Depag RI Nomor: Kep/D.V218/1975. Priode 1975-1980, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya belum mengalami kemajuan yang berarti. Ketika itu jumlah mahasiswa yang mampu menyelesaikan studi hanya 6 orang pada jenjang sarjana muda. Kemudian pada tahun 1985, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya bergabung dalam Badan Kerjasama Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta (BKS-PTAIS) se-Indonesia. Berdasarkan surat BKS-PTAIS dengan Nomor: 008/104/0/BKS-PTAIS/1985 tertanggal 19 Januari 1985 Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya secara resmi diterima menjadi anggota Kopertis IV Surabaya.

Berdasarkan Surat Keputusan Presiden RI Nomor 9 tahun 1998 dan Keputusan Menteri Agama RI tertanggal 9 Juli 1988, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya menjadi Fakultas Tarbiyah Negeri yang merupakan bagian dari Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari Banjarmasin. Kemudian untuk lebih mengembangkan Lembaga Pendidikan Islam ini,

berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 11 tahun 1997 serta Keputusan Menteri Agama RI Nomor 301 tahun 1997, Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari Palangka Raya berubah status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya. Perubahan status tersebut memberikan peluang Lembaga untuk menerapkan manajemen sendiri, mengembangkan kelembagaan, jurusan dan program studi sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.

Perubahan menjadi IAIN Palangka Raya ditandai dengan penandatanganan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 144 tahun 2014 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2014) pada Jum'at, 17 Oktober 2014 atau 3 hari sebelum peralihan kekuasaan, 20 Oktober 2014 kepada Presiden baru terpilih, Joko Widodo.

IAIN Palangka Raya berada di Ibukota Provinsi Kalimantan Tengah meliputi 15.356.495 Ha atau satu setengah kali (1,5X) lipat luas pulau Jawa Provinsi ini juga menawarkan potensi ekonomi besar tependam. Berada tepat diperlintasan darat seluruh provinsi di pulau Kalimantan, Provinsi ini terdiri atas 13 kabupaten dan 1 kota. Provinsi Kalimantan Tengah merupakan daerah yang memiliki kemajemukan agama, suku, dan kekhasan budaya yang unik. Penduduk yang bersuku Dayak mendominasi sebesar 50,43% dari keseluruhan jumlah penduduk Kalimantan Tengah. Selain suku Dayak, ada suku-suku lain seperti Banjar, Jawa dan Melayu. Mayoritas penduduk Kalimantan Tengah beragama Islam (74,42%),

kemudian Kristen (16,03%), Katolik (16,03%), Hindu (1,59%), dan Budha (0,11%). Mayoritas penduduk Kalimantan Tengah adalah muslim, maka dari itu Lembaga Pendidikan IAIN Palangka Raya mempunyai peranan penting sebagai pusat kajian keislam, pemeliharaan nilai-nilai keislaman, pencetak sarjana muslim, dan pembawa cahaya pesan-pesan Islam bagi alumni yang nantinya tidak hanya menduduki posisi formal pemerintahan tetapi juga di posisi non-formal seperti bidang pendidikan, politik, wirausaha, dakwah dan sebagainya.

Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya memiliki lahan seluas 573.678 m<sup>2</sup> yang terdiri dari bangunan seluas 8.258 m<sup>2</sup> dan tanah yang belum memiliki bahan bangunan seluas 565.412 m<sup>2</sup>. Lokasi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya cukup strategis karena berdampingan Islamic Centre yang merupakan pusat pengembangan, penyiaran Islam dan wisata religious di Kalimantan Tengah. Sebagai sebuah perguruan tinggi Islam, IAIN Palangka Raya berusaha terus mengembangkan diri dari sisi kualitas sumber daya manusia, sarana prasarana dan menjalin kerjasama dalam skala regional, nasional maupun internasional.<sup>129</sup>

a. Visi IAIN Palangka Raya

Tahun 2023 menjadi Universitas Islam Negeri Terdepan, Unggul, Terpercaya dan Berkarakter.

b. Misi IAIN Palangka Raya

- 1) Menyelenggarakan Pendidikan berkelanjutan dan pelayanan administrasi yang bermutu berdasarkan standar akreditasi nasional dan internasional;
- 2) Meningkatkan mutu penelitian dan pengabdian bagi kepentingan akademisi dan sosial kemasyarakatan;
- 3) Memperdayakan dosen, karyawan dan mahasiswa untuk pengembangan profesi secara berkelanjutan baik lokal, nasional dan internasional;

---

<sup>129</sup><http://www.iain-palangkaraya.ac.id/data/profil-kampus/profil/> Pada tanggal 20 Desember 2021, Pukul. 22:20 WIB.

- 4) Membangun komunikasi dan kerja sama lintas sektoral, lokal, regional, nasional, dan internasional.

## B. Penyajian Data Penelitian

### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keadaan, sifat ataupun ciri-ciri khusus yang dapat memberikan gambaran terkait responden. Sehingga dengan ini berbagai macam karakteristik dari responden dapat diketahui berdasarkan program studi, jenis kelamin, tahun menerima bidikmisi, dan asal daerah. Hal ini diharapkan mampu memberikan gambaran cukup jelas mengenai keadaan responden. Berikut tabel yang menggambarkan keseluruhan responden yang ada dalam penelitian.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden**

| No. | Karakteristik Responden | Indikator     | N  | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|-----|-------------------------|---------------|----|------------------|----------------|
| 1.  | Fakultas                | FTIK          | 61 | 24               | 39,5%          |
|     |                         | FEBI          |    | 11               | 18,0%          |
|     |                         | FSYA          |    | 16               | 26,2%          |
|     |                         | FUAD          |    | 10               | 16,3%          |
|     |                         | <b>Jumlah</b> |    | <b>100%</b>      |                |
| 2.  | Prodi                   | PAI           | 61 | 9                | 14,7%          |
|     |                         | PBA           |    | 3                | 4,9%           |
|     |                         | TBI           |    | 3                | 4,9%           |
|     |                         | TBG           |    | 3                | 4,9%           |
|     |                         | TFS           |    | 3                | 4,9%           |
|     |                         | PGMI          |    | 3                | 4,9%           |
|     |                         | AKS           |    | 2                | 3,5%           |
|     |                         | ESY           |    | 3                | 4,9%           |
|     |                         | PBS           |    | 1                | 1,6%           |
|     |                         | MZAWA         |    | 5                | 8,1%           |
|     |                         | IQT           |    | 1                | 1,6%           |
|     |                         | KPI           |    | 5                | 8,1%           |
|     |                         | SPI           |    | 1                | 1,6%           |
|     |                         | BKI           |    | 3                | 4,9%           |
|     |                         | HES           |    | 4                | 6,9%           |
|     |                         | HKI           |    | 9                | 14,7%          |
|     |                         | HTN           |    | 3                | 4,9%           |
|     |                         | <b>Jumlah</b> |    | <b>100%</b>      |                |

|   |                          |               |    |    |             |
|---|--------------------------|---------------|----|----|-------------|
| 3 | Jenis Kelamin            | Laki-laki     | 61 | 21 | 34,4%       |
|   |                          | Perempuan     |    | 40 | 65,6%       |
|   |                          | <b>Jumlah</b> |    |    | <b>100%</b> |
| 4 | Tahun Menerima Bidikmisi | 2018          | 61 | 42 | 68,8%       |
|   |                          | 2019          |    | 19 | 31,2%       |
|   |                          | <b>Jumlah</b> |    |    | <b>100%</b> |
| 5 | Asal Daerah              | Dalam Kota    | 61 | 15 | 24,5%       |
|   |                          | Luar Kota     |    | 46 | 75,5%       |
|   |                          | <b>Jumlah</b> |    |    | <b>100%</b> |

Sumber: data primer diolah tahun 2022

Tabel di atas menunjukkan karakteristik responden yang diperoleh dari 61 responden mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi angkatan tahun 2018-2019 di lingkungan IAIN Palangka Raya.

- a. Berdasarkan karakteristik fakultas responden tabel 4.1 tersebut menunjukkan bahwa responden yang terbagi menjadi 4 fakultas memiliki rasio sebagai berikut, yaitu FTIK sebanyak 24 orang dengan persentase 39,5% dan responden FEBI sebanyak 11 orang dengan persentase 18,0% kemudian responden FSYA sebanyak 16 orang dengan persentase 26,2% serta responden FUAD sebanyak 10 orang dengan persentase 16,3%.
- b. Berdasarkan karakteristik prodi responden pada tabel 4.1 tersebut menunjukkan bahwa responden PAI sebanyak 9 orang dengan persentase 14,7%, responden PBA sebanyak 3 orang dengan persentase 4,9%, responden TBI sebanyak 3 orang dengan persentase 4,9%, responden TBG sebanyak 3 orang dengan persentase 4,9%, responden TFS sebanyak 3 orang dengan persentase 4,9%, responden PGMI sebanyak 3 orang dengan persentase 4,9%, responden AKS sebanyak 2 orang dengan

persentase 3,5%, responden ESY sebanyak 3 orang dengan persentase 4,9%, responden PBS sebanyak 1 orang dengan persentase 1,6%, responden IQT sebanyak 1 orang dengan persentase 1,6%, responden KPI sebanyak 5 orang dengan persentase 8,1%, responden SPI sebanyak 1 orang dengan persentase 1,6%, responden BKI sebanyak 3 orang dengan persentase 4,9%, responden HES sebanyak 3 orang dengan persentase 6,9%, responden HKI sebanyak 9 orang dengan persentase 14,7% serta responden HTN sebanyak 3 orang dengan persentase 4,9%.

- c. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 4.1 tersebut menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 21 orang dengan persentase 34,4% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 40 orang dengan persentase 65,6%.
- d. Berdasarkan karakteristik tahun menerima bidikmisi responden pada tabel 4.1 tersebut menunjukkan bahwa responden yang menerima bidikmisi tahun 2018 sebanyak 42 orang dengan persentase 68,8% dan responden yang menerima bidikmisi tahun 2019 sebanyak 19 orang dengan persentase 31,2%.
- e. Berdasarkan karakteristik asal daerah responden pada tabel 4.1 tersebut menunjukkan bahwa responden yang berasal dari dalam kota sebanyak 15 orang dengan persentase 24,5% dan responden yang berasal dari luar daerah sebanyak 46 orang dengan persentase 75,5%.

## 2. Penyajian Data

Kategorisasi untuk variabel  $x$  dan  $y$  adalah dengan menggunakan interval yang mempunyai kategori sangat tinggi, tinggi, cukup, rendah, dan sangat rendah, perhitungannya adalah sebagai berikut.<sup>130</sup>

Diketahui : Rata-rata skor tertinggi = 5,00

Rata-rata skor terendah = 1,00

$$R = \frac{H - L}{5} = \frac{5,00 - 1,00}{5} = 0,8$$

**Tabel 4.2**  
**Kategorisasi rata-rata skor penilaian responden**

| Skala | Interval  | Kategori      |
|-------|-----------|---------------|
| 1     | 1,00-1,80 | Sangat Rendah |
| 2     | 1,81-2,60 | Rendah        |
| 3     | 2,61-3,40 | Cukup         |
| 4     | 3,41-4,20 | Tinggi        |
| 5     | 4,21-5,00 | Sangat Tinggi |

### a. Penyajian Data Sosial Budaya ( $X_1$ )

Variabel sosial budaya diukur dengan 27 item pernyataan dan 8 indikator. Hasil jawaban responden dari kuesioner penelitian terdapat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Frekuensi Pendapat Responden  $X_1$**

| Indikator            | Item | Skor Jawaban |    |    |    |    | Rata-rata skor | Kategori      |
|----------------------|------|--------------|----|----|----|----|----------------|---------------|
|                      |      | STS          | TS | N  | S  | SS |                |               |
| Adaptasi             | X1.1 | 0            | 1  | 13 | 31 | 16 | 4,02           | Tinggi        |
|                      | X1.2 | 0            | 7  | 21 | 22 | 11 | 3,61           | Tinggi        |
|                      | X1.3 | 2            | 6  | 13 | 13 | 27 | 3,93           | Tinggi        |
|                      | X1.4 | 1            | 3  | 22 | 28 | 7  | 3,61           | Tinggi        |
| Pencapaian Cita-cita | X1.5 | 0            | 0  | 0  | 9  | 52 | 4,85           | Sangat Tinggi |

<sup>130</sup>Sugiyono *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018, h. 135

|               |       |   |    |    |    |    |      |               |
|---------------|-------|---|----|----|----|----|------|---------------|
|               | X1.6  | 0 | 0  | 2  | 27 | 32 | 4,49 | Sangat Tinggi |
|               | X1.7  | 0 | 0  | 3  | 8  | 50 | 4,77 | Sangat Tinggi |
| Integrasi     | X1.8  | 0 | 2  | 10 | 20 | 29 | 4,25 | Sangat Tinggi |
|               | X1.9  | 0 | 0  | 5  | 17 | 39 | 4,56 | Sangat Tinggi |
| Teladan       | X1.10 | 0 | 2  | 19 | 23 | 17 | 3,90 | Tinggi        |
|               | X1.11 | 0 | 0  | 4  | 10 | 47 | 4,70 | Sangat Tinggi |
|               | X1.12 | 0 | 0  | 0  | 12 | 49 | 4,80 | Sangat Tinggi |
| Tingkah Laku  | X1.13 | 0 | 1  | 3  | 13 | 44 | 4,64 | Sangat Tinggi |
|               | X1.14 | 1 | 5  | 12 | 22 | 21 | 3,93 | Tinggi        |
|               | X1.15 | 0 | 1  | 19 | 30 | 11 | 3,84 | Tinggi        |
| Kepribadian   | X1.16 | 0 | 1  | 14 | 30 | 16 | 4,00 | Tinggi        |
|               | X1.17 | 1 | 0  | 6  | 22 | 32 | 4,38 | Sangat Tinggi |
|               | X1.18 | 0 | 0  | 5  | 21 | 35 | 4,49 | Sangat Tinggi |
| Sistem Sosial | X1.19 | 0 | 0  | 14 | 23 | 24 | 4,16 | Tinggi        |
|               | X1.20 | 0 | 0  | 16 | 21 | 24 | 4,13 | Tinggi        |
|               | X1.21 | 0 | 3  | 11 | 25 | 22 | 4,08 | Tinggi        |
|               | X1.22 | 0 | 2  | 14 | 25 | 20 | 4,03 | Tinggi        |
| Sistem Budaya | X1.23 | 0 | 0  | 3  | 31 | 27 | 4,39 | Sangat Tinggi |
|               | X1.24 | 0 | 3  | 26 | 20 | 12 | 3,67 | Tinggi        |
|               | X1.25 | 0 | 0  | 3  | 16 | 42 | 4,64 | Sangat Tinggi |
|               | X1.26 | 6 | 16 | 22 | 11 | 6  | 2,92 | Cukup         |
|               | X1.27 | 4 | 14 | 22 | 10 | 11 | 3,16 | Cukup         |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil jawaban responden yang tercantum dalam tabel di atas dapat disimpulkan:

- 1) Item 1, 2, 3 dan 4 (indikator adaptasi) masuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata pada masing-masing item 1 sebesar 4,02, item 2 dengan rata-rata 3,61, item 3 dengan rata-rata 3,93, dan item 4 dengan rata-rata 3,61. Artinya responden mempersepsikan bahwa setuju dengan adaptasi yang baik akan

mampu menyesuaikan dengan tindakan sehingga berpengaruh pada perilaku ekonomi.

- 2) Item 5, 6 dan 7 (indikator pencapaian cita-cita) masuk dalam kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata item sebesar 4,85, 4,49 dan 4,77. Artinya responden mempersepsikan bahwa sangat setuju terhadap kejelasan cita-cita yang ingin dicapai.
- 3) Item 8 dan 9 (indikator integrasi) masuk dalam kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata item sebesar 4,25 dan 4,56. Artinya responden mempersepsikan bahwa sangat setuju dengan integrasi yang harus dilakukan.
- 4) Item 10, 11 dan 12 (indikator teladan) masuk dalam kategori tinggi dan sangat tinggi dengan nilai rata-rata item sebesar 3,90, 4,70 dan 4,80. Artinya responden mempersepsikan bahwa sangat setuju dengan teladan yang baik akan memberikan pengaruh positif kepada tindakan yang dilakukan.
- 5) Item 13, 14 dan 15 (indikator tingkah laku) masuk dalam kategori sangat tinggi dan tinggi dengan rata-rata nilai item sebesar 4,64, 3,93, dan 3,84. Artinya responden mempersepsikan bahwa setuju dengan tingkah laku yang wajar.
- 6) Item 16, 17 dan 18 (indikator kepribadian) masuk dalam kategori tinggi dan sangat tinggi dengan rata-rata nilai item sebesar 4,00, 4,38 dan 4,49. Artinya responden mempersepsikan bahwa sangat setuju dengan kepribadian yang baik akan memberikan pengaruh positif kepada perilaku ekonomi.

- 7) Item 19, 20, 21 dan 22 (indikator sistem sosial) masuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata item sebesar 4,16, 4,13, 4,08 dan 4,03. Artinya responden mempersepsikan bahwa setuju dengan sistem sosial yang tepat dan bagus akan berpengaruh kepada perilaku ekonomi yang efektif.
- 8) Item 23, 24, 25, 26 dan 27 (indikator sistem budaya) item 24 masuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,67, item 23 dan 25 sangat tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,39, 4,64 serta item 26 dan 27 masuk kategori cukup dengan nilai rata-rata sebesar 2,92 dan 3,16. Artinya responden mempersepsikan bahwa setuju apabila dengan sistem budaya yang baik maka akan berdampak positif terhadap kebiasaan serta mengarahkan kepada perilaku ekonomi yang tepat.

#### b. Penyajian Data Psikologis ( $X_2$ )

Variabel Psikologis diukur dengan 13 item pernyataan dan 3 indikator. Hasil jawaban responden dari kuesioner penelitian terdapat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Frekuensi Pendapat Responden  $X_2$**

| Indikator     | Item | Skor Jawaban |    |    |    |    | Rata-rata skor | Kategori      |
|---------------|------|--------------|----|----|----|----|----------------|---------------|
|               |      | STS          | TS | N  | S  | SS |                |               |
| Aspek Afektif | X2.1 | 1            | 4  | 19 | 23 | 14 | 3,74           | Tinggi        |
|               | X2.2 | 0            | 1  | 15 | 28 | 17 | 4,00           | Tinggi        |
|               | X2.3 | 0            | 2  | 18 | 21 | 20 | 3,97           | Tinggi        |
|               | X2.4 | 0            | 0  | 17 | 24 | 20 | 4,05           | Tinggi        |
|               | X2.5 | 0            | 1  | 13 | 18 | 29 | 4,23           | Sangat Tinggi |
| Perilaku      | X2.6 | 1            | 1  | 11 | 23 | 25 | 4,15           | Tinggi        |
|               | X2.7 | 0            | 1  | 9  | 25 | 26 | 4,25           | Sangat Tinggi |
|               | X2.8 | 1            | 1  | 20 | 23 | 16 | 3,85           | Tinggi        |
|               | X2.9 | 0            | 0  | 14 | 25 | 22 | 4,13           | Tinggi        |

|                      |       |   |   |    |    |    |      |               |
|----------------------|-------|---|---|----|----|----|------|---------------|
| Motivasi Berprestasi | X2.10 | 0 | 0 | 5  | 19 | 37 | 4,52 | Sangat Tinggi |
|                      | X2.11 | 0 | 1 | 10 | 29 | 21 | 4,15 | Tinggi        |
|                      | X2.12 | 0 | 0 | 9  | 27 | 25 | 4,26 | Sangat Tinggi |
|                      | X2.13 | 0 | 0 | 4  | 18 | 39 | 4,57 | Sangat Tinggi |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil jawaban hasil jawaban responden yang tercantum dalam tabel di atas dapat disimpulkan:

- 1) Item 1, 2, 3, 4 dan 5 (indikator aspek afektif) item 1 sampai dengan 4 masuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 3,74, 4,00, 3,97, 4,05 dan item 5 masuk kategori sangat tinggi dengan rata-rata nilai sebesar 4,23. Artinya responden mempersepsikan bahwa setuju dengan memiliki aspek afektif yang ada dalam diri.
- 2) Item 6, 7, 8 dan 9 (indikator perilaku) item 6, 8 dan 9 masuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,15, 3,85 dan 4,13 kemudian item 7 masuk kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,25. Artinya responden mempersepsikan bahwa setuju dengan perilaku yang tepat dan positif akan memberikan dampak yang baik kepada perilaku ekonomi.
- 3) Item 10, 11, 12 dan 13 (indikator motivasi berprestasi) masuk dalam kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,52, 4,15, 4,26 dan 4,57. Artinya responden mempersepsikan bahwa dengan memiliki motivasi berprestasi yang tinggi cenderung menggunakan keuangan lebih bijak dan tepat sasaran sehingga akan memperbaiki perilaku ekonomi.

**c. Penyajian Data Perilaku Ekonomi (Y)**

Variabel perilaku ekonomi diukur dengan 19 item pernyataan dan 8 indikator. Hasil jawaban responden dari kuesioner penelitian terdapat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Y**

| Indikator                             | Item | Skor Jawaban |    |    |    |    | Rata-rata skor | Kategori      |
|---------------------------------------|------|--------------|----|----|----|----|----------------|---------------|
|                                       |      | STS          | TS | N  | S  | SS |                |               |
| Pemenuhan Kebutuhan Sesuai Intensitas | Y.1  | 0            | 1  | 15 | 25 | 20 | 4,05           | Tinggi        |
|                                       | Y.2  | 0            | 0  | 2  | 18 | 41 | 4,64           | Sangat Tinggi |
| Daftar Skala Prioritas Kebutuhan      | Y.3  | 0            | 0  | 3  | 16 | 42 | 4,64           | Sangat Tinggi |
|                                       | Y.4  | 1            | 0  | 5  | 21 | 34 | 4,43           | Sangat Tinggi |
|                                       | Y.5  | 0            | 1  | 11 | 21 | 28 | 4,25           | Sangat Tinggi |
| Mendapat Kepuasan Diri                | Y.6  | 0            | 2  | 10 | 17 | 32 | 4,30           | Sangat Tinggi |
|                                       | Y.7  | 0            | 0  | 1  | 5  | 55 | 4,89           | Sangat Tinggi |
| Selektif Dalam Konsumsi               | Y.8  | 6            | 1  | 21 | 22 | 11 | 3,51           | Tinggi        |
|                                       | Y.9  | 0            | 0  | 4  | 27 | 30 | 4,43           | Sangat Tinggi |
|                                       | Y.10 | 0            | 0  | 10 | 17 | 34 | 4,39           | Sangat Tinggi |
| Motif Melakukan Konsumsi              | Y.11 | 0            | 0  | 3  | 27 | 31 | 4,46           | Sangat Tinggi |
|                                       | Y.12 | 5            | 9  | 22 | 13 | 12 | 3,30           | Cukup         |
|                                       | Y.13 | 0            | 2  | 12 | 27 | 20 | 4,07           | Tinggi        |
| Penggunaan harta untuk kebaikan       | Y.14 | 0            | 0  | 13 | 28 | 20 | 4,11           | Tinggi        |
|                                       | Y.15 | 0            | 1  | 16 | 25 | 19 | 4,02           | Tinggi        |
| Tidak Mubazir                         | Y.16 | 0            | 0  | 6  | 33 | 22 | 4,26           | Sangat Tinggi |
|                                       | Y.17 | 2            | 1  | 9  | 21 | 28 | 4,18           | Tinggi        |
| Sikap Hidup Sederhana                 | Y.18 | 0            | 0  | 9  | 27 | 25 | 4,26           | Sangat Tinggi |
|                                       | Y.19 | 0            | 0  | 2  | 9  | 50 | 4,79           | Sangat Tinggi |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil jawaban hasil jawaban responden yang tercantum dalam tabel di atas dapat disimpulkan:

1) Item 1 dan 2 (indikator pemenuhan kebutuhan sesuai intensitas)

Item 1 masuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,05 dan item 2 masuk dalam kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,64. Artinya responden mempersepsikan bahwa sangat setuju dalam mengkonsumsi suatu barang berdasarkan pemenuhan kebutuhan sesuai intensitas.

2) Item 3,4 dan 5 (indikator daftar skala prioritas kebutuhan) masuk

dalam kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata pada masing-masing item sebesar 4,64, 4,43 dan 4,25. Artinya responden mempersepsikan bahwa sangat setuju untuk menentukan kebutuhan berdasarkan skala prioritas dalam perilaku ekonomi.

3) Item 6 dan 7 (indikator mendapat kepuasan diri) masuk dalam

kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata masing-masing item sebesar 4,30 dan 4,89. Artinya responden mempersepsikan bahwa sangat setuju dalam melakukan konsumsi untuk mendapatkan kepuasan diri.

4) Item 8,9 dan 10 (indikator selektif dalam konsumsi) item 8 masuk

dalam kategori tinggi sedangkan item 9 dan 10 masuk dalam kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata pada masing-masing item sebesar 3,51, 4,43 dan 4,39. Artinya responden mempersepsikan bahwa setuju untuk melakukan konsumsi yang

selektif. Dan sangat setuju untuk mengkonsumsi barang/jasa menyesuaikan kebutuhan dalam perilaku ekonomi.

5) Item 11,12 dan 13 (indikator motif melakukan konsumsi) item 11, 12 dan 13 masing-masing masuk kedalam kategori sangat tinggi, cukup dan tinggi dengan nilai rata-rata item sebesar 4,46, 3,30 dan 4,07. Artinya responden mempersepsikan bahwa sangat setuju untuk melakukan kegiatan ekonomi berdasarkan motif yang ingin dicapai, cukup setuju tanpa adanya motif ekonomi, setuju karena adanya motif sehingga mendorong melakukan perilaku konsumsi ekonomi.

6) Item 14 dan 15 (indikator penggunaan harta untuk kebaikan) masuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata pada masing-masing item sebesar 4,11 dan 4,02. Artinya responden mempersepsikan bahwa setuju dalam melakukan kegiatan ekonomi mengarah kepada kebaikan.

7) Item 16 dan 17 (indikator tidak mubazir) masuk dalam kategori sangat tinggi dan tinggi dengan nilai rata-rata item sebesar 4,26 dan 4,18. Artinya responden mempersepsikan bahwa dalam menggunakan dan membelanjakan harta tidak boleh mubazir dan sesuai dengan prinsip perilaku ekonomi yang tepat.

8) Item 18 dan 19 (indikator sikap hidup sederhana) masuk dalam kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata item sebesar 4,26 dan 4,79. Artinya responden mempersepsikan bahwa dalam perilaku

ekonomi yang tepat harus mengedepankan sikap hidup yang sederhana.

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik *kolmogorof smirnov*. Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikan  $< 0,05$ . Maka data tidak terdistribusi normal. Sedangkan, jika nilai signifikan  $> 0,05$ , maka data terdistribusi normal.<sup>131</sup>

Berikut ini adalah hasil analisis dari uji normalitas dengan metode *kolmogorof smirnov* menggunakan aplikasi SPSS 22:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Normalitas Data**

| Hasil Uji Normalitas      | Signifikansi | Keterangan                |
|---------------------------|--------------|---------------------------|
| <i>Kolmogorof Smirnov</i> | 0,164        | Data terdistribusi normal |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas, bahwa nilai signifikansinya adalah  $0,164 > 0,05$ . oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yakni:

- 1) Melihat nilai *tolerance*

<sup>131</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*.

- a) Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- b) Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  maka terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)
- a) Jika nilai VIF  $< 10,00$  maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- b) Jika nilai VIF  $> 10,00$  maka terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.<sup>132</sup>

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variabel      | Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|---------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Sosial Budaya | 0,407     | 2,455 | Tidak terjadi Multikolinearitas |
| Psikologis    | 0,407     | 2,455 | Tidak terjadi Multikolinearitas |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas, bahwa hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance dari variabel Sosial Budaya (X1) dan Psikologis (X2)  $0,407 > 0,10$  dan nilai VIF  $2,455 < 10,00$ . Maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen ini tidak terjadi multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedasitas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu

<sup>132</sup>Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*.

pengamatan kepengamatan yang lain. Jika probabilitas signifikannya  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedasitas.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Heteroskedasitas dengan Uji Park**

| Variabel      | Signifikansi | Keterangan                     |
|---------------|--------------|--------------------------------|
| Sosial Budaya | 0,342        | Tidak terjadi heteroskedasitas |
| Psikologis    | 0,364        | Tidak terjadi heteroskedasitas |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas hasil uji heteroskedasitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Sosial Budaya (X1) sebesar 0,342 dan variabel Psikologis (X2) sebesar 0,364 Maka dapat disimpulkan dari hasil tersebut bahwa tidak terjadi heteroskedasitas.

#### d. Uji Hipotesis

##### 1) Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (Sosial Budaya dan Psikologis) terhadap variabel dependen (Perilaku Ekonomi), yang dinyatakan dengan persamaan. Berdasarkan perhitungan menggunakan program SPSS 22 diperoleh hasil pada tabel coefficients.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| Model         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients Beta | t     | Sig. | Correlations |         |      |
|---------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------|------|--------------|---------|------|
|               | B                           | Std. Error |                                |       |      | Zero Order   | Partial | Part |
| (Constant)    | 16,027                      | 8,352      |                                | 1.919 | .060 |              |         |      |
| Sosial Budaya | .332                        | .114       | .378                           | 2.920 | .005 | .722         | .358    | .241 |
| Psikologis    | .515                        | .149       | .447                           | 3.452 | .001 | .738         | .413    | .285 |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan perhitungan pada tabel di atas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:<sup>133</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 16,027 + (0,332)*\text{Sosial Budaya} + (0,515)*\text{Psikologis} + e$$

Keterangan:

Y : Perilaku Ekonomi

a : konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> : koefisien regresi

X<sub>1</sub> : Sosial Budaya

X<sub>2</sub> : Psikologis

Berdasarkan dari persamaan tersebut dapat terlihat bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh positif adalah psikologis dengan nilai koefisien sebesar 0,515 terhadap perilaku ekonomi. Sedangkan variabel sosial budaya juga berpengaruh positif dengan nilai koefisien sebesar 0,332 terhadap perilaku ekonomi mahasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Estimasi Regresi Penelitian**

| Model Summary                |          |
|------------------------------|----------|
| Model                        | R Square |
| Sosial Budaya dan Psikologis | .603     |

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil perhitungan estimasi regresi, diperoleh nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*R Square*) adalah sebesar 0,603 artinya 60,3% variasi dari semua variabel independent (sosial budaya dan psikologis) dapat mempengaruhi variabel dependent (perilaku ekonomi). Sedangkan sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel selain variabel sosial budaya dan psikologis.

<sup>133</sup>Suyono, *Analisis Regresi untuk penelitian*.

## 2) Uji t

Uji t bertujuan untuk menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen (sosial budaya dan psikologis) terhadap variabel dependen (perilaku ekonomi) secara parsial. Adapun dasar keputusan uji t yaitu jika nilai sig < 0,05 maka:  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai sig > 0,05 maka:  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.<sup>134</sup> Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji t**

| Model         | t     | Sig. |
|---------------|-------|------|
| (Constant)    | 1.919 | .060 |
| Sosial Budaya | 2.920 | .005 |
| Psikologis    | 3.452 | .001 |

Sumber: Data diolah tahun 2022

a) Hipotesis pengaruh sosial budaya ( $X_1$ ) terhadap perilaku ekonomi (Y)

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara sosial budaya terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

$H_a$  : Ada pengaruh signifikan antara sosial budaya terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

Berdasarkan tabel di atas pada variabel Sosial Budaya ( $X_1$ ) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,920 dengan

<sup>134</sup>Harnovinsah, Ana Sopanah dan Rida Perwita Sari, *Bunga Rampai Akuntansi Publik: Isu Kontemporer Akuntansi Publik*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020, h. 68

tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,005. Apabila dilihat dari nilai probabilitas signifikansi yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel sosial budaya ada pengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

b) Hipotesis pengaruh Psikologis ( $X_2$ ) terhadap perilaku ekonomi (Y)

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara psikologis terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

$H_a$  : Ada pengaruh signifikan antara psikologis terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

Berdasarkan tabel diatas pada variabel psikologis ( $X_2$ ) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,452 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,001 apabila dilihat dari nilai probabilitas signifikansi yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel psikologis ada pengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

**e. Uji F**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (sosial budaya dan psikologis) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (perilaku

ekonomi). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji F. Jika nilai sig. Atau probabilitas  $> 0,05$  maka:  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak. Sedangkan jika nilai sig atau probabilitas  $< 0,05$  maka:  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.<sup>135</sup> Berikut hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji F**

| ANOVA |            |        |                   |
|-------|------------|--------|-------------------|
| Model |            | F      | Sig.              |
| 1     | Regression | 44,130 | .000 <sup>b</sup> |

Sumber: data diolah tahun 2022

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan simultan antara sosial budaya dan psikologis terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

$H_a$  : Ada pengaruh signifikan simultan antara sosial budaya dan psikologis terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 44,130 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Apabila dilihat dari nilai probabilitas signifikansi yang kurang dari 0,05. Hal tersebut membuktikan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat diartikan bahwa variabel independen (sosial budaya dan psikologis) secara bersama-sama mempunyai

<sup>135</sup>Singgih Santoso, *Panduan lengkap SPSS 26*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2020, h. 330

pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

### C. Pembahasan

#### 1. Pengaruh Sosial Budaya terhadap Perilaku Ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya

Variabel Sosial Budaya terdiri dari 8 indikator yaitu adaptasi, pencapaian cita-cita, integrasi, teladan, tingkah laku, kepribadian, sistem sosial dan sistem budaya. Hasil penelitian pada variabel sosial budaya ( $X_1$ ) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,920 dengan tingkat probabilitas signifikan 0,005 nilai yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel sosial budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku ekonomi mahasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai  $R Square$  sebesar 27,3 yang dapat diartikan bahwa variabel sosial budaya ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh sebesar 27,3% terhadap perilaku ekonomi ( $Y$ ). Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa sosial budaya mempengaruhi terhadap perilaku ekonomi yang ada pada Mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya sebesar 27,3%. Artinya pengaruh sosial budaya yang positif yang dirasakan oleh Mahasiswa akan mempengaruhi perilaku ekonomi mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi yang ada dilingkungan IAIN Palangka Raya.

Pada Mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya sudah menerapkan sosial budaya yang baik, yaitu dengan adanya pengembangan kemahasiswaan melalui UKK (Unit Kegiatan Kampus)

dan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang ada dilingkungan IAIN Palangka Raya. Ketika mahasiswa memasuki jenjang perguruan tinggi, diberikan sosialisasi dan arahan untuk mengikuti kegiatan kampus dengan baik. Sehingga dengan adanya sistem sosial dan sistem budaya yang terbangun dengan baik dalam diri mahasiswa. Tentunya akan berpengaruh kepada perilaku ekonomi mahasiswa. Hal ini menyebabkan sosial budaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi mahasiswa penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudarni Chomsyatun (2018) “Pengaruh Pemberian Beasiswa Bidikmisi Terhadap Motivasi Berprestasi Mahasiswa ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”, yang menyatakan bahwa pemberian beasiswa bidikmisi mempunyai pengaruh signifikan terhadap motivasi berprestasi mahasiswa angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Hal ini dikarenakan, ketika sosial budaya yang baik ada maka pencapaian cita-cita pun jelas dan terarah. Sehingga mampu mengimplikasikan ilmu dengan rujukan pada aturan normatif yang ada didalam Al-Qur’an dan Al-Hadith, serta memiliki motivasi yang cukup baik, dilihat dari amanah, bertanggung jawab dalam mengerjakan tugas, dan memiliki *self-efficacy* yaitu selalu optimis, tidak putus asa dan mempunyai keyakinan diri dalam menyelesaikan tugas atau kesulitan-kesulitan dengan baik. Sehingga akan membentuk perilaku ekonomi yang baik. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rana Parascantika (2020) tentang “Pengaruh *Self-Esteem*, Dukungan

Sosial, Dan Religiusitas Terhadap Resiliensi Mahasiswa Perantau Bidikmisi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”, menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *self-esteem*, dukungan sosial, dan religiusitas terhadap resiliensi sebesar 51%. Artinya pengaruh sosial budaya memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga semakin baik sosial budaya yang ada maka akan mempengaruhi perilaku ekonomi yang lebih baik.

Secara umum sosial budaya adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan masyarakat sekitar. Sedangkan budaya berasal dari kata *bodhya* yang artinya pikiran dan akal budi. Budaya juga diartikan sebagai segala hal yang dibuat manusia berdasarkan pikiran dan akal budinya yang mengandung cinta dan rasa. Jadi kesimpulannya adalah sosial budaya merupakan segala hal yang diciptakan manusia dengan pikiran dan budinya dalam kehidupan bermasyarakat yang saling berinteraksi.<sup>136</sup> Menurut Herbert Spencer, Sosial budaya adalah perkembangan masyarakat dan kebudayaan tidak harus melalui tahap-tahap tertentu atau tidak selamanya melalui tahap yang konstan. Tetapi masyarakat dan kebudayaan berkembang dari homogen ke heterogen. Artinya perkembangan masyarakat dari homogen ke heterogen adalah peradaban masyarakat pada mulanya sederhana menjadi sangat kompleks.<sup>137</sup> Dapat dikatakan bahwa sosial budaya sebagai alat (*instrument*) dalam menjelaskan realita/fenomena

---

<sup>136</sup>[http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/PES/article/download/4850/pdf\\_56](http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/PES/article/download/4850/pdf_56), diakses pada 11 April 2021, Pukul 20.00 WIB.

<sup>137</sup>*Ibid.*, h. 68-70

sosial. Sebagai alat analisis (*tools of analysis*) terhadap fenomena sosial yang diamati Sebagai sarana atau upaya peneliti untuk melakukan konstruksi, rekonstruksi atau dekonstruksi teori terhadap realita/fenomena sosial yang diamati dengan persyaratan: relevan (cocok, layak), aplikabel/manajebel (dapat dilaksanakan), replikan (dapat di daur ulang), dan konsisten (runtut dan sistematis).

Sosial budaya dalam Al-Qur'an yang dimana merupakan alat untuk menjelaskan fenomena sosial terhadap suatu keadaan yang relevan (cocok, layak), aplikabel/manajebel (dapat dilaksanakan), replikan (dapat didaur ulang), dan konsisten (runtut dan sistematis). Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. Dalam surah Al-Hujurat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَّقَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

*“Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”*.<sup>138</sup>

Tujuan dari adanya sosial budaya yaitu agar menata dan memantapkan tindakan-tindakan serta tingkah-laku manusia, selain itu Sebagai rangkaian tindakan berpola yang berkaitan satu sama lain. Sehingga nilai-nilai dan norma-norma dalam sistem budaya dan dipengaruhi oleh pola-pola bertindak dalam sistem sosial yang telah diinternalisasi melalui proses sosialisasi dan proses pembudayaan selama hidup, sejak kecilnya. Dengan demikian sistem kepribadian

<sup>138</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 837

manusia berfungsi sebagai sumber motivasi dari tindakan sosialnya. Dalam faktor yang mempengaruhi perilaku ekonomi pada saat keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli.<sup>139</sup> Artinya, sosial budaya memiliki tujuan dalam pengendalian keputusan perilaku ekonomi yang tepat dalam mengkonsumsi suatu barang. Selain itu, perlu adanya upaya dalam menjaga agar lingkungan tetap kondusif sehingga hal ini akan berpengaruh kepada terbentuknya sosial budaya yang baik.

## 2. Pengaruh Psikologis terhadap Perilaku Ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya

Variabel Psikologis terdiri dari 3 indikator yaitu aspek afektif, perilaku dan motivasi berprestasi. Hasil penelitian pada variabel psikologis ( $X_2$ ) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel psikologis sebesar 3,452 dengan tingkat nilai signifikansi sebesar 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Artinya bahwa variabel psikologis ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi ( $Y$ ), yakni  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel psikologis terhadap perilaku ekonomi mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $R Square$  sebesar 33,0 yang dapat diartikan bahwa variabel psikologis ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh sebesar 33% terhadap perilaku ekonomi ( $Y$ ). Berdasarkan hasil tersebut maka

---

<sup>139</sup>Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep, dan Implikasinya untuk Strategi dan Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Kencana, 2008, h. 11

variabel psikologis memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

Pada Penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya sudah menerapkan pengembangan psikologis sesuai dengan ketentuan yang ada, yaitu berupa sosialisasi dan pengarahan terkait penggunaan dana pendidikan yang tepat, serta harus senantiasa menjaga semangat kuliah dan meningkatkan prestasi akademik maupun non akademik setiap semesternya. Sehingga diharapkan mahasiswa bidikmisi mampu menjaga dan meningkatkan prestasi serta mengoptimalkan perilaku ekonomi selama berkuliah di IAIN Palangka Raya. Hal ini yang menyebabkan psikologis berpengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi mahasiswa penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Belly Garniasih (2018) tentang “Konsep Diri Mahasiswa Bidikmisi Di Universitas Jember” menyatakan bahwa konsep diri pada mahasiswa bidikmisi dilihat dari tiga aspek yaitu, *mind*, *self* and *society*. Dari segi konsep *mind*, mahasiswa bidikmisi memiliki pemikiran bahwa mereka benar-benar harus melaksanakan tanggung jawab mereka sebagai mahasiswa bidikmisi sebagaimana mestinya dengan menggunakan dana bidikmisi untuk hal yang benar-benar untuk pemenuhan kebutuhan pribadi mereka yang urgent saja, seperti memenuhi kebutuhan untuk membayar uang kos dan kegiatan kuliah mereka. Dari segi konsep *self*, mahasiswa bidikmisi memandang dirinya sebagai anak yang bisa membanggakan orang tua, berprestasi dan bercita-cita tinggi. Dari segi

konsep *society*, banyak orang-orang di lingkungan sekitar mahasiswa bidikmisi yang turut membentuk konsep diri mahasiswa bidikmisi dalam hal pertukaran makna dan simbol-simbol yang kemudian digunakan mahasiswa bidikmisi sebagai upaya penunjukan diri. Simbol-simbol yang digunakan oleh mahasiswa bidikmisi, antara lain: (1) IPK sebagai simbol prestasi; (2) Aktif organisasi sebagai simbol eksistensi dan aktualisasi diri; (3) Gaya hidup sederhana sebagai simbol kepatuhan diri. Hal ini dikarenakan, ketika mahasiswa memiliki psikologis yang baik dan menyadari akan perannya, maka perilaku ekonomi akan semakin baik dan apabila psikologis tidak baik maka berpengaruh sebaliknya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dede Tiara Rachmawaty (2016) tentang “Pengaruh Beasiswa Bidikmisi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta” menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh beasiswa Bidikmisi terhadap prestasi belajar mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hal ini dikarenakan, pengembangan psikologis positif yang diterapkan membuat mahasiswa menjadi sadar akan peran dan tanggung jawabnya, dengan demikian akan membuat mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi untuk selalu meningkatkan kualitas diri dan mengoptimalkan perilaku ekonomi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haji Takriyuddin, dkk (2016) tentang “Pengaruh Beasiswa Bidikmisi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Program Studi PPKN dan Ilmu Pendidikan Universitas Syiah Kuala” menyatakan bahwa adanya

pengaruh beasiswa bidikmisi terhadap prestasi belajar mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila Dan Kewargaenraan, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Syiah Kuala. Serta menyarankan untuk terus melakukan pemberian beasiswa karena dengan adanya pemberian beasiswa maka motivasi untuk belajar terus meningkat serta mendapatkan prestasi yang gemilang untuk mahasiswa itu sendiri.

Secara umum Psikologis merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang dinamika kejiwaan manusia melalui perilaku. Hal ini dikarenakan jiwa merupakan objek yang sulit untuk dilihat dan diamati.<sup>140</sup> Menurut Muhibbin Syah, adalah sebuah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku terbuka dan tertutup manusia baik selaku individu maupun kelompok, dalam hubungannya dengan lingkungan. Tingkah laku terbuka adalah, tingkah laku yang bersifat psikomotor yang meliputi perbuatan berbicara, duduk, berjalan, dan sebagainya, sedangkan tingkah laku tertutup meliputi berfikir, keyakinan, perasaan, dan sebagainya.<sup>141</sup> Menurut Periantalo, psikologi tidak mengungkap aspek yang bersifat kognitif (pengetahuan, menguji kapasitas intelektual). Dalam hal ini, skala mengungkap aspek afektif dan perilaku. Adapun, untuk mengukur kapasitas pengetahuan dan kognitif bisa menggunakan tes belajar. Skala psikologi mengungkap mengenai respons seseorang terhadap suatu kondisi yang disajikan dalam suatu pernyataan dalam skala tersebut. Dalam skala psikologi, tidak mengenal

---

<sup>140</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala...*, h. 2

<sup>141</sup>Muhibbinsyah, *Psikologi...*, h. 20

jawaban benar dan salah. Seluruh jawaban yang diberikan oleh seseorang dianggap benar, meskipun tingkatan skornya bisa berbeda-beda antar jawaban. Contoh skala motivasi berprestasi, skala perilaku, dan skala aspek afektif.<sup>142</sup>

Pengembangan psikologis sangat penting untuk mahasiswa karena sebagai salah satu cara untuk mengoptimalkan perilaku ekonomi dan juga mengarahkan mahasiswa agar dapat melakukan yang terbaik selama menempuh pendidikan. Psikologis merupakan suatu hal yang dapat diukur terhadap mahasiswa bidikmisi. Allah SWT berfirman yang terdapat pada Al-Qur'an surah Fhusilat Ayat 54 yang berbunyi:

أَلَا إِنَّهُمْ فِي فِي مَرِيَّةٍ ۖ مِّن لِّقَاءِ رَبِّهِمْ ۗ أَلَا إِنَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ مُّحِيطٌ  
 “Kami akan memperlihatkan kepada mereka tanda-tanda (kekuasaan) kami disegenap penjuru dan pada diri mereka sendiri, hingga jelas bagi mereka bahwa al-qur'an itu adalah benar. Tiadalah cukup bahwa sesungguhnya Tuhanmu menjadi saksi atas segala sesuatu”.<sup>143</sup>

Makna dari ayat tersebut dimana psikologis merupakan tujuan agar mereka menyadari dan memahami tentang diri melalui tanda-tanda kekuasaan yang ditunjukkan Allah Swt, sehingga akan memahami bahwa petunjuk yang diberikan al-qur'an adalah hal yang benar.

### 3. Perilaku Sosial Budaya dan Psikologis terhadap Perilaku Ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya

Berdasarkan hasil penelitian dari variabel sosial budaya dan psikologis dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 44,130 dengan

<sup>142</sup>Ahmad Saifuddin, *Penyusunan Skala...*, h. 6

<sup>143</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 771

nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Apabila dilihat dari nilai probabilitas signifikan yang kurang dari 0,05. Hal tersebut membuktikan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Disamping itu juga didukung dengan adanya nilai *R square* sebesar 0,603 yang dapat diartikan bahwa variabel sosial budaya (X1) dan Variabel Psikologis (X2) mempunyai pengaruh sebesar 60,3% terhadap perilaku ekonomi (Y) mahasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya. Maka dapat diartikan bahwa variabel independen (sosial budaya dan psikologis) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku ekonomi mahasiswa bidikmisi IAIN Palangka Raya sebesar 60,3% sedangkan 39,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar dari variabel sosial budaya dan psikologis.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lailan Odja (2017) tentang “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan Dana Beasiswa Bidikmisi (Studi Kasus Mahasiswa/I Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo”, menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan dana beasiswa bidikmisi. Besar pengaruh yang diberikan oleh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan danan beasiswa bidikmisi sebesar 47%. Dan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh Mellya Embun Baining dan Ekawati (2018) tentang “Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Penerima Beasiswa Bidikmisi Di Kota Jambi”, menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara pendapatan terhadap pola perilaku konsumsi pada mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Ma’had Al-Jami’ah UIN STS Jambi sebesar 52,1%. Berdasarkan hasil deskripsi data responden diketahui bahwa perilaku konsumsi mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Ma’had Al-Jami’ah UIN STS Jambi telah sesuai dengan *syariat* Islam sekalipun belum secara keseluruhan.

Sosial budaya dan psikologis merupakan dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku ekonomi mahasiswa, yang mana kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan (*small reference groups*) dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, gambaran diri (*self-concept*). Sehingga perilaku ekonomi sangat dipengaruhi dari kedua aspek tersebut maupun faktor intenal dan eksternal. Sehingga perilaku ekonomi yang baik dalam pengambilan keputusan konsumsi suatu produk akan lebih tepat dan baik.

Seorang muslim tidak diperbolehkan mengharamkan harta halal dan harta yang baik untuk diri dan keluarganya, padahal mampu mendapatkannya apakah terdorong oleh sikap zuhud dan hidup serba kekurangan atau karena pelit dan bakhil. Al- Qur’an juga tidak membenarkan kesengsaraan yang sengaja dijalani seseorang dan keluarganya dengan alasan untuk beribadah atau untuk menghemat uang. Sejalan dengan itu, Nabi pun melarang orang menjalani kesengsaraan dengan dalih seperti itu dan beliau memandangnya sebagai

faktor yang membinasakan kehidupan manusia. Seperti firman Allah di dalam surat Al-Ma'idah: 87-88 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.<sup>144</sup>*

Tidak diragukan bahwa sikap terlalu menghemat uang pada sebagian manusia, baik untuk kepentingan diri maupun keluarga adalah sikap tercela. Salah satu mensyukuri nikmat Allah adalah dengan memanfaatkannya sebagaimana tujuan penciptaannya. Sikap memanfaatkan sarana yang ada termasuk sikap yang dipuji Allah. Sebaliknya sifat kikir adalah sikap yang tak terpuji di hadapan-Nya.

Pembentukan Sosial budaya dan pengembangan psikologis yang tepat tentunya akan mengarahkan kepada perilaku ekonomi yang baik. Selain itu, para pengelola beasiswa bidikmisi harus menyadari. Dengan terbentuknya sosial budaya yang baik mahasiswa akan mampu mengimplikasikan diri lebih baik dan memenuhi kebutuhan sesuai intensitas. Dengan adanya psikologis yang baik, mahasiswa juga akan lebih taat dan menyadari perannya sehingga mampu mengoptimalkan penggunaan dana pendidikan lebih tepat. Sehingga mampu meningkatkan

<sup>144</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 172

perilaku ekonomi yang tepat guna. Dengan demikian, jika variabel sosial budaya dan psikologis ini diterapkan secara bersama-sama maka akan mempengaruhi perilaku ekonomi yang lebih baik.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di IAIN Palangka Raya terhadap Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sosial Budaya berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya, yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  variabel sosial budaya sebesar 2,920 dan nilai signifikan sebesar  $0,005 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_1$  diterima.
2. Psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya, yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  variabel Psikologis sebesar 3,452 dan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_2$  diterima.
3. Sosial Budaya dan Psikologis secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya, yang dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai sebesar 44,130 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_3$  diterima.

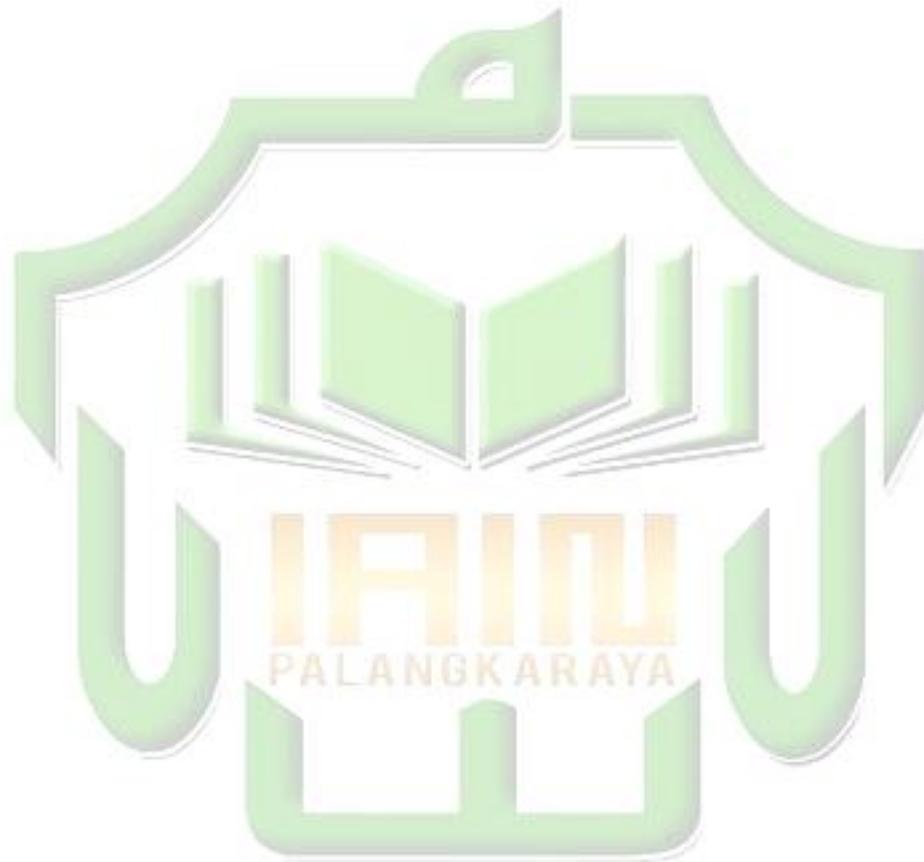
#### **B. Saran**

1. Untuk pihak pengelola Beasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya agar bisa lebih memfokuskan pembentukan karakter yang baik guna penggunaan dana yang lebih tepat sasaran sesuai dengan perilaku ekonomi yang baik. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melanjutkan dan mengembangkan program-program kegiatan yang mengarahkan

mahasiswa agar lebih produktif guna terbentuknya sosial budaya yang baik sehingga mampu meningkatkan prestasinya. Sehingga sosial budaya yang baik tujuan dari Beasiswa Bidikmisi tersebutpun dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan. Apabila diperlukan disarankan dapat membentuk organisasi secara administratif yang khusus untuk pengembangan Mahasiswa Bidikmisi.

2. Untuk Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi, program pengembangan psikologis mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya, yang berkaitan dengan program pembinaan, pengarahan serta sosialisasi terhadap penggunaan dana untuk meningkatkan prestasi dalam bidang akademik maupun non akademik agar tetap dipertahankan dan terus dikembangkan serta diikuti dengan baik guna mengolah psikologis mahasiswa bidikmisi yang lebih baik dan stabil. Sehingga mahasiswa Bidikmisi menjadi lebih baik kualitas dan kuantitas dari perilaku ekonomi Mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya.
3. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian terhadap perilaku ekonomi mahasiswa Bidikmisi IAIN Palangka Raya dimasa yang akan datang. Perlu lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan perilaku ekonomi yang lebih baik dari para penerima beasiswa bidikmisi yang saat ini sudah bertransisi menjadi KIP Kuliah, meningkatkan variabel lain seperti faktor pribadi yang dapat ditinjau dari pendapatan, gaya hidup (*life style*), serta kepribadian. kemudian memungkinkan lebih banyak responden untuk berpartisipasi dalam

melakukan penelitian. Serta mengembangkan ke arah jenis penelitian deskriptif-naratif .



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi IV)*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Asnawi, Said Kelana dan Chandra Wijaya, *Riset Keuangan, Pengujian-pengujian Empiris*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Darmo & Ani M. Hasan, *“Menyelesaikan Skripsi Dalam Satu Semester”*, Jakarta: Grasindo, 2002
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, Semarang: CV. Toha Putra, 1989.
- Departemen Pendidikan Nasional Dirjen Dikti, *Panduan Program Beasiswa Bidikmisi*, Jakarta: Direktorat Kelembagaan, 2010.
- Direktorat Pendidikan Tinggi Islam, *Direktorat Jendral Pendidikan Islam Kementerian Agama RI “Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Program Bantuan Biaya Pendidikan Bidikmisi Perguruan Tinggi Agama Islam Tahun 2014*, Jakarta: Kementerian Agama RI, 2014.
- Duli, Nikolaus, *Metode Penelitian Kuantitatif: beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*, Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019.
- Giddens, Anthony, *The Constitution of Society*, Cambridge: Polity Press, 1984.
- Harnovinsah, Ana Sopanah dan Rida Perwita Sari, *Bunga Rampai Akuntansi Publik: Isu Kontemporer Akuntansi Publik*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- I’anatut Thoifah, *Statistik Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*, Malang: Madani, 2015.
- Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu antropologi*, Jakarta: Gramedia, 2002.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Refika Aditama: 2009.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi ke-2*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.

- Muhibbinsyah, *Psikologi pendidikan dengan pendekatan baru*. Bandung; PT Remaja Rosda karya, 2001.
- Nitisusastro, Mulyadi, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Nopirin, Pengantar Ilmu Ekonomi Makro & Mikro, BPFE-YOGYAKARTA, 2008.
- Parsons, Talcott, *The Social System*. London: Routledge & Kegan Paul, 1951.
- Prasetijo, Ristiayanti, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: CV. ANDI OFFSET, 2005.
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema insani, 1995.
- Raharjo, Sapto, *Kiat Membangun Aset Kekayaan*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006.
- Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Saifuddin, Ahmad, *Penyusunan Skala Psikologi Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana, 2020.
- Santoso, Singgih, *Panduan lengkap SPSS 26*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2020.
- Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen : Konsep, dan Implikasinya untuk Strategi dan Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Soeharno, *Teori Mikro Ekonomi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2009.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- \_\_\_\_\_, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- \_\_\_\_\_, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta 2018.
- Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Syawalludin, Muhammad. *Teori Sosial Budaya dan Methodenstreit*. Palembang: CV. Amanah, 2017.
- Widarto, "Penelitian Ex Post Facto", Universitas Negeri Yogyakarta, 2013.

## B. Skripsi

- Chomsyatun, Sudarni, *Pengaruh Pemberian Beasiswa Bidikmisi Terhadap Motivasi Berprestasi Mahasiswa Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*, Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Skripsi, 2018.
- Garniasih, Belly, *Konsep Diri Mahasiswa Bidik Misi Di Universitas Jember*, Jember: Universitas Jember, Skripsi, 2018.
- Odja, Lailan, *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan Dana Beasiswa Bidikmisi (Studi Kasus Mahasiswa/I Program Studi SI Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)*, Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo, Skripsi, 2017.
- Parascantika, Rana, *Pengaruh Self-Esteem, Dukungan Sosial, Dan Religiusitas Terhadap Resiliensi Mahasiswa Perantau Bidikmisi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Skripsi, 2020.
- Rachmawaty, Dede Tiara, *Pengaruh Beasiswa Bidikmisi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Skripsi, 2018.

## C. Jurnal

- Baining, Melly Embun dan Ekawati, “*Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Di Kota Jambi*”, Jambi: Jurnal Syariah Vol. VI, No. 1, 2018.
- Muaddab, Hafis, “*Faktor yang Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumsi Hijau pada Siswa SMK Negeri se Kabupaten Jombang*”. Vol 2 Nomor 2, 2015.
- Takriyuddin, Haji dkk, “*Pengaruh Beasiswa Bidikmisi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Syiah Kuala*”, Banda Aceh: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kewarganegaraan Unsyiah Volume 1, Nomor 1 : 49-60, 2016.
- Sina, Peter Garlans, “*Analisis Literasi Ekonomi*”, Salatiga: Jurnal Economia, Volume 8, No. 2, 2012.

## D. Internet

- <http://staffnew.uny.ac.id/upload/131808327/pengabdian/8penelitian-ex-post-facto.pdf> diakses pada tanggal 11 November 2020, ukul 23.31 WIB

<https://news.okezone.com/read/2015/02/24/65/1109889/apa-itu-bidikmisi>, diakses pada 11 November 2020. Pukul 10.30 WIB.

<https://www.dosenpendidikan.co.id/pelaku-ekonomi.html>, diakses pada, minggu, 11 April 2021. Pukul 19.30 WIB

[http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/PES/article/download/4850/pdf\\_56](http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/PES/article/download/4850/pdf_56), diakses pada 11 April 2021, Pukul 20.00 WIB.

