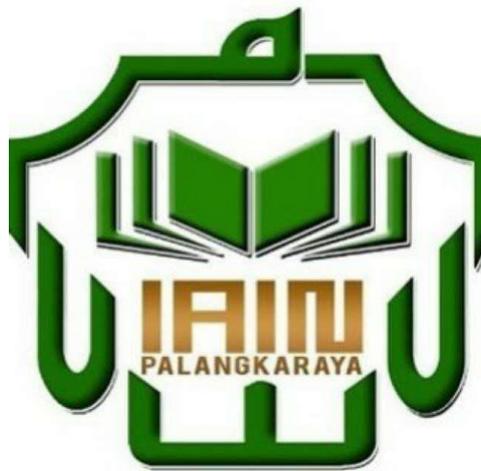


**HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMSI MIE INSTAN DENGAN
SITUASI EKONOMI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM IAIN PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh'

TONY

Nim. 130 212 0267

INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

TAHUN 1439 H / 2017 M

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMSI MIE INSTAN DENGAN SITUASI EKONOMI MAHASISWA FEBI IAIN PALANGKA RAYA.

NAMA : TONY

NIM : 1302120267

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

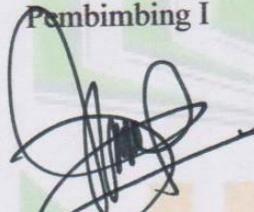
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (1)

Palangka Raya, Oktober 2017

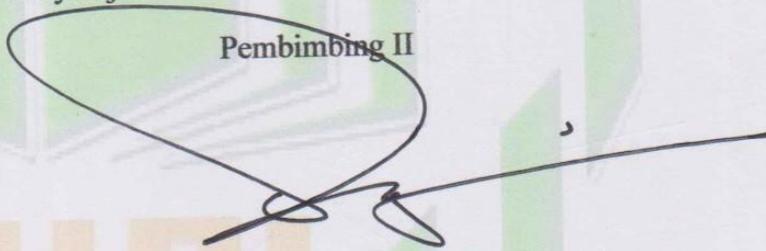
Menyetujui

Pembimbing I



M. Zainal Arifin, M. Hum
NIP. 197506022003121003

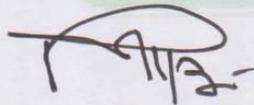
Pembimbing II



Sofyan Hakim, S.E., M.M
NIK. 198501232016092722

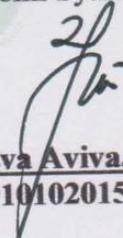
Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dra. Hj. Rahmانيar, M.SI
NIP. 195406301981032001

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Itsla Yunisva Aviva, M.E.Sy
NIP. 198910102015032012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudara Tony

Palangka Raya, Oktober 2017

Kepada

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi

IAIN Palangka Raya

Di-

Palangka Raya

Assalamu"alaikum Wr. Wb

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

Nama : TONY

Nim : 1302120267

Judul : **HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMSI MIE INSTAN DENGAN SITUASI EKONOMI MAHASISWA FEBI IAIN PALANGKA RAYA.**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

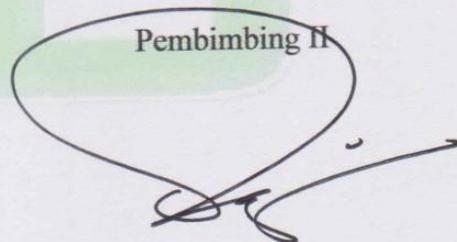
Wassalamu"alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



M. Zainal Ariin, M. Hum
NIP. 197506022003121003

Pembimbing II



Sofyan Hakim, S.E, M.M
NIK. 198501232016092722

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMSI MIE INSTAN DENGAN SITUASI EKONOMI MAHASISWA FEBI IAIN PALANGKA RAYA** oleh Tony dengan NIM : 1302120267 telah *dimunaqasyahkan* Tim *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada :

Hari :Kamis

Tanggal :19 Oktober 2017

Palangka Raya, 19 Oktober 2017

Tim Penguji:

1. **ALI SADIKIN, M.Si**
Ketua Sidang / Penguji
2. **Dr. SUGIANTO, M.Pd**
Penguji I
3. **M. ZAINAL ARIFIN, M.Hum**
Penguji II
4. **Sofyan Hakim, S.E, M.M**
sekertaris / Penguji

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI
NIP. 195406301981032001

**HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMSI MIE INSTAN DENGAN
SITUASI EKONOMI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM IAIN PALANGKA RAYA**

**ABSTRAK
OLEH: TONY**

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan motivasi konsumsi mie instan terhadap situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya? Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat hubungan motivasi konsumsi mie instan terhadap situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dengan teknik analisis Korelasi Product Moment (r) menggunakan program SPSS 21.0.

Jenis Penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pengumpulan datanya penulis menggunakan teknik observasi dan kuesioner/angket. Hasil uji coba instrumen yang dilakukan berjumlah 30 orang. Sampel penelitian berjumlah 85 dari total populasi 525 dengan teknik pengambilan sampelnya adalah random sampling. Analisis penelitian ini menggunakan program SPSS 21.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, motivasi konsumsi mie instan memiliki hubungan dengan tingkat hubungan berada pada kategori “kuat“ terhadap situasi ekonomi, hal ini berdasarkan hasil koefesin korelasi product moment yaitu sebesar 0,745 Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,745 yang dapat diartikan bahwa variabel Motivasi konsumsi mie intant mempunyai hubungan sebesar 74,5% terhadap variabel Situasi ekonomi, sedangkan 25,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel Motivasi konsumsi mie instant. Kemudian hasil signifikansi antara variabel Motivasi konsunsi mie instant (X) dan variabel Situasi ekonomi (Y) adalah sebesar 0,000. artinya terbukti bahwa adanya hubungan Motivasi konsumsi mie instant terhadap Situasi ekonomi.

Kata kunci: Motivasi Konsumsi Mie Instan, Situasi Ekonomi.

**THE CORRELATION OF INSTANT NOODLE CONSUMPTION
MOTIVATION WITH THE ECONOMIC SITUATION THE FACULTY OF
ECONOMY AND ISLAMIC BUSINESS STUDENT IAIN PALANGKA RAYA**

**ABSTRACT
OLEH: TONY**

The study is aimed to know how the correlation of instant noodle consumption motivation against the students economic situation FEBI IAIN Palangka Raya? Thus, this research aimed to know the level of instant noodle consumption motivation the correlation against the student economic situation FEBI IAIN Palangka Raya with correlation analysis technique Product Moment (r) using the program SPSS 21,0.

This type of research is quantitative approach. Techniques of data collection make use of observation and questionnaire. Results of test instruments being done amounted to 30 people. Sample research amounted to 85 out of a total population of 525 with the techniques of sampling is random sampling. The analysis of these studies use SPSS 21.0.

The result of this study showed, the motivation of the consumption of instant noodles have a correlation with the level of relations is in the category of "strong" against the economic situation, it is based on the results of the koefesin correlation product moment i.e. of 0.745 research results It also shows that the value R Square of 0.745 which may imply that the Motivation variable consumption of noodles instant has a relationship amounting to 74.5% against a variable of the economic situation, while 25.5% more influenced by factors outside of the instant noodle consumption Motivation variables. Then the results of significance between Motivational variables konsunsi instant noodles (X) and the economic situation is variable (Y) is 0.000. Meaning it is evident that the existence of the correlation of motivation against the instant noodle consumption economic situation.

Keyword: instant noodle consumption Motivation, The economic situation.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMSI MIE INSTAN TERHADAP SITUASI EKONOMI MAHASISWA FEBI IAIN PALANGKA RAYA”** dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi Junjungan kita yakni Nabi Muhammad Saw., Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Hj. Rahmانيar, M. SI selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
2. Itsla Yunisva Aviva, M.E,S selaku ketua prodi Ekonomi Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Ali Sadikin selaku dosen penasihat akademik selama penulis menjalani perkuliahan.
4. Bapak M Zainal Arifin, M. Hum selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia memberikan membimbing penulis dengan ikhlas meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran-saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.

5. Bapak Sofyan Hakim S.E., M.M, selaku dosen pembimbing II yang juga selalu membimbing penulis dengan ikhlas memberikan arahan dan penjelasan, serta telah meluangkan waktu dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Pimpinan dan staf administrasi perpustakaan di IAIN Palangka Raya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dengan menggunakan berbagai referensi yang ada sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Seluruh dosen-dosen yang mengajar di Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menjalani perkuliahan dan membantu serta memberikan informasi terkait dengan penelitian.
8. Ayah dan Ibu penulis selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu mendoakan keberhasilan penulis dan keselamatan selama menempuh pendidikan.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga karya ilmiah skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebagaimana semestinya.

Palangka Raya, Oktober 2017
Penulis

Tony
Nim. 1302120267

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMSI MIE INSTAN DENGAN SITUASI EKONOMI MAHASISWA FEBI IAIN PALANGKA RAYA”** benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, 19 Oktober 2017



Nim. 1302120267

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿٨٨﴾ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِء مُؤْمِنُونَ

88. *Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya. (Q.S. Al-maidah: 88).*

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

♥kupersembahkan skripsiku ini untuk kedua orang tua saya, Ayah Ariyani dan ibu Sumaiyati, terimakasih atas do'a, semangat, motivasi, cinta dan kasih sayangnya, ♥

♥terimakasih untuk saudara- saudara kandung saya Supriadi, Mahdalena, Willy Suparjan, Guntur Jaya, Leni Marlina, Wahyudi, Dodi Irawan, Doni Kurniawan, Dolly Saputra, Nila Sari (Kakak) Dan Deni Ramadhan (Adik), dan buat saudara ipar-ipar saya, semua saudara-saudara tercinta saya, thank's atas do'a, motivasi, dorongan dan semangatnya♥

♥Nanik marlina yang selalu senantiasa mendukung serta memberi semangat kepada penulis terkait dengan penelitian. ♥

♥untuk semua guru dan dosen ku terimakasih telah memberikan ilmu pengetahuan selama duduk di bangku sekolah sampai kuliah hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini ♥

♥untuk teman-teman ku Slamet Rianto, Purnomo, Dwi Nur Rochman, Fahmi Rianor beserta teman-teman di IAIN Palangka Raya, khususnya teman satu angkatan dan lebih khususnya lagi buat temen seperjuangan selama dibangku kuliah, Ekonomi Syari'ah kelas (B) angkatan 2013, sukses buat kita semua.♥

♥Untuk kampus IAIN Palangka Raya dan Almamater hijauku tercinta♥

☞ Kalian Semua Istimewa dan Luar Biasa ☞

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah	7
C. Tujuan penelitian.....	7
D. Manfaat penelitian.....	7
E. Sistematika penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian terdahulu.....	9
B. Kajian teori.....	14
1. Motivasi	14
2. Konsumsi	22
3. Konsumen	27
4. Mie instan.....	29
5. Situasi ekonomi.....	33
C. Kerangka pemikiran.....	43
D. Hipotesis penelitian.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan tempat penelitian	46
B. Pendekatan penelitian	46
C. Populasi dan sampel.....	48
D. Teknik pengumpulan data.....	51
1. Teknik observasi	51
2. Teknik angket.....	52
E. Teknik pengolahan data	54
1. <i>Editing</i>	54
2. <i>Coding</i>	54
3. <i>Tabulating</i>	54
4. <i>Analizing</i>	54
F. Teknik analisis data.....	55
1. Uji instrumen penelitian.....	55
2. Analisis data.....	60

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran umum lokasi penelitian	62
1. Gambaran IAIN Palangka Raya.....	62
2. Profil singkat fakultas ekonomi dan bisnis Islam	65
3. Profil singkat program studi ekonomi syariah	69
4. Profil singkat program studi perbankan syariah	70
B. Hasil analisis data penelitian.....	72
1. Penyajian data	77
2. Hasil analisis data	82
C. Pembahasan.....	89

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	91
B. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 perbedaan dan persamaan penelitian	13
Tabel 2 jumlah populasi penelitian	48
Tabel 3 jumlah sampel penelitian	50
Tabel 4 skala likert	53
Tabel 5 kisi-kisi angket	53
Tabel 6 Keputusan validitas Motivasi konsumsi mie instan.....	57
Tabel 7 Keputusan validitas Situasi ekonomi.....	57
Tabel 8 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	61
Tabel 9 Data responden berdasarkan tempat tinggal	72
Tabel 10 pekerjaan orang tua.....	73
Tabel 11 penghasilan orang tua	74
Tabel 12 Sumber pendapatan responden	75
Tabel 13 Penghasilan perbulan	76
Tabel 14 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden dengan motivasi konsumsi mie instan.....	77
Tabel 15 Data Interval motivasi konsumsi mie instan.....	79
Tabel 15 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Situasi Ekonomi.....	80
Tabel 16 Data Interval Situasi Ekonomi.....	81
Tabel 16 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	83
Tabel 17 Descriptive Statistics.....	85
Tabel 18 Correlations.....	86
Tabel 19 Reliability Statistics	86
Tabel 20 model summary.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 kerangka pemikiran.....	43
Gambar 2 Grafik Histogram.	84
Gambar Grafik P-Plot	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Kebutuhan paling dasar pada setiap orang adalah kebutuhan fisiologis yakni kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya secara fisik. Kebutuhan-kebutuhan itu seperti kebutuhan akan makanan, minuman, tempat berteduh, tidur dan oksigen. Kebutuhan-kebutuhan fisiologis adalah potensi paling dasar dan besar bagi semua pemenuhan kebutuhan di atasnya. Manusia yang lapar akan selalu termotivasi untuk makan, bukan untuk mencari teman atau dihargai. Manusia akan mengabaikan atau menekan dulu semua kebutuhan lain sampai kebutuhan fisiologisnya itu terpuaskan. Di masyarakat yang sudah mapan, kebutuhan untuk memuaskan rasa lapar adalah sebuah gaya hidup. Mereka biasanya sudah memiliki cukup makanan, tetapi ketika mereka berkata lapar maka yang sebenarnya mereka pikirkan adalah citarasa makanan yang hendak dipilih, bukan rasa lapar yang dirasakannya. Sedangkan seseorang yang sungguh-sungguh lapar tidak akan terlalu peduli dengan rasa, bau, temperatur ataupun tekstur makanan.¹ Kebutuhan fisiologis berbeda dari kebutuhan-kebutuhan lain dalam dua hal. Pertama, kebutuhan fisiologis adalah satu-satunya kebutuhan yang bisa terpuaskan sepenuhnya atau minimal

¹Feist, Jess; Gregory J. Feist, *Teori Kepribadian : Theories of Personality*. Salemba Humanika, 2010, hlm. 331.

bisa diatasi. Manusia dapat merasakan cukup dalam aktivitas makan sehingga pada titik ini, daya penggerak untuk makan akan hilang. Bagi seseorang yang baru saja menyelesaikan sebuah santapan besar, dan kemudian membayangkan sebuah makanan lagi sudah cukup untuk membuatnya mual. Kedua, yang khas dalam kebutuhan fisiologis adalah hakikat pengulangannya. Setelah manusia makan, mereka akhirnya akan menjadi lapar lagi dan akan terus menerus mencari makanan. Sementara kebutuhan di tingkatan yang lebih tinggi tidak terus menerus muncul.

Aktivitas manusia yang semakin hari semakin meningkat membuat waktu yang digunakan untuk mengolah makanan menjadi lebih terbatas. Sehingga makanan yang bersifat praktis dan cepat menjadi alternatif dalam menanggulangi masalah keterbatasan waktu tersebut. Saat ini telah tersedia makanannya yang cepat saji yaitu mie instan.

Mie instan adalah mie yang sudah dimasak terlebih dahulu dan dicampur dengan minyak, dan bisa dipersiapkan untuk konsumsi hanya dengan menambahkan air panas dan bumbu - bumbu yang sudah ada dalam pakatnya. Mie instan diciptakan oleh Momofuku Ando pada 1958, yang kemudian mendirikan perusahaan Nissin dan memproduksi produk mie instan pertama di dunia *Chicken Ramen* (ramen adalah sejenis mie Jepang) rasa ayam. Peristiwa penting lainnya terjadi pada 1971 ketika Nissin memperkenalkan mie dalam gelas bermerek *Cup Noodle*. Kemasan mie adalah wadah styrofoam tahan air yang bisa digunakan untuk memasak mie

tersebut. Inovasi berikutnya termasuk menambahkan sayuran kering ke gelas, melengkapi hidangan mie tersebut.²

Mie instan di Indonesia pertama kali diperkenalkan oleh PT Lima Satu Sankyu (selanjutnya berganti nama menjadi PT Supermi Indonesia) dan PT Sanmaru Foods Manufacturing Indonesia, yang berdiri pada tahun 1968. Pada tahun yang sama, diluncurkan merek mie instan pertama di Indonesia, Supermi. Empat tahun kemudian, 1972, diluncurkanlah merek mie instan terkenal dan kedua di Indonesia, Indomie. Mie mie instan merupakan salah satu makanan terfavorit warga Indonesia. Bisa dipastikan hampir setiap orang telah mencicipi mie instan atau mempunyai persediaan mie instan di rumah. Bahkan tidak jarang orang membawa mie instan saat ke luar negeri sebagai persediaan "makanan lokal" jika makanan di luar negeri tidak sesuai selera.³

Supermi dan Indomie adalah merek mie instan yang pertama kali hadir dan paling terkenal di Indonesia sehingga kadang-kadang orang Indonesia menyebut mie instan dengan sebutan "Indomie", tetapi yang dikonsumsi tidak bermerek Indomie. Merek mie instan lainnya yang terkenal antara lain adalah supermi, sarimi, salam mie, mie abc, gaga mie, alhami, santremie dan mie sedaap. Produsen yang mendominasi produksi mie instan di Indonesia adalah Indofood Sukses Makmur yang memproduksi Indomie 1972, Supermi (1968)

² Hamjah, Jurnal persepsi konsumsi terhadap mie instan universitas kristen Indonesia, 2010.

³ *Ibid.*

sebagai mie instan serbaguna dan 1976 sebagai mi instan dengan bumbu), dan Sarimi 1982.⁴

Asosiasi mie instan di dunia yaitu Jepang merilis daftar negara konsumen mie instan terbesar di dunia, menurut Siong, makan mie instan sama dengan mengonsumsi roti. Mie instan kaya akan karbohidrat, lemak, sedikit protein, serat, mineral, dan vitamin, sehingga harus dikonsumsi dengan menu lainnya.⁵ Indonesia berada di peringkat kedua, Lima dekade setelah makanan siap saji itu diperkenalkan, total penjualan mie instan global setiap tahunnya kini mencapai 100 miliar bungkus. Cina mengonsumsi 44 miliar unit mie instan setiap tahun, disusul Indonesia dengan 14,5 miliar bungkus. Jepang dan Vietnam berada di peringkat ketiga dan keempat dengan kisaran lima miliar bungkus.⁶

Masyarakat Indonesia merupakan konsumsi terbesar mie instan kedua di dunia setelah Jepang, banyak sekali masyarakat Indonesia yang mengonsumsi mie instan dari golongan orang tua, dewasa, remaja sampai anak-anak. Mie instan adalah bahan pangan yang praktis dan cepat dalam pengolahannya. Selain itu beragam jenis rasa dan pelengkap dalam kemasan mie instan sudah banyak beredar di pasaran, sehingga tidak menyulitkan

⁴ Rahmat Hidayat, Deden, Zaenudin A. Naufal, ed. *Teori dan Aplikasi Psikologi Kepribadian dalam Konseling*. Ghalia Indonesia, 2011, hlm. 165–166.

⁵ Eko, *Anda Ingin Mie Instant Sehat*, <http://www.dream.co.id/culinary/anda-ingin-mie-instan-sehat-ini-rahasia-cara-memasaknya-151205w.html> (Di akses pada hari selasa, 17 Mei 2016, pada pukul 08 : 00 WIB).

⁶Plotnik, Rod; Haig Kouyoumdjian , *Introduction to Psychology, 10th Edition*. Wadsworth. 2014, hlm. 332.

manusia dalam mengkonsumsinya. Bahan pangan mie instan yang memiliki kandungan karbohidrat yang cukup tinggi dapat digunakan sebagai pengganti bahan pangan seperti beras dan jagung. Walaupun mie instan memiliki kandungan karbohidrat yang tinggi namun di masyarakat pedesaan makanan mie instan ini masih dijadikan lauk pauk. Dengan harga yang murah dan mudahnya mendapatkan bahan pangan ini oleh masyarakat di kalangan mana pun membuat bahan pangan ini dapat dibeli tanpa kesulitan. Hal inilah yang membuat mie instan banyak digemari oleh masyarakat.⁷

Mie instan yang beredar saat ini, ternyata cukup membahayakan. Telah diketahui bahwa permukaan mie instan dilapisi oleh lilin, inilah kenapa mie tidak pernah lengket satu sama lain. Lilin ini sangat membahayakan kesehatan tubuh, karena tubuh kita butuh waktu lama untuk mencerna lilin ini, yakni sekitar dua hari. Jika zat ini terus menumpuk dalam tubuh, kemungkinan kita untuk terkena penyakit kanker sangatlah tinggi. Misalnya, kanker hati, usus, atau leukimia. Tidak hanya lilin dari mie instan, bumbunya pun yang mengandung banyak zat aditif seperti MSG (mono sodium glutamat) yang bisa menjadi pemicu kanker dalam tubuh. Banyak kasus nyata tentang orang yang sakit dan diduga disebabkan karena terlalu banyak

⁷ *Ibid.*

mengkonsumsi mie instan. Karena itu, sebaiknya Anda pun mulai mengurangi mengkonsumsi makanan ini.⁸

Mahasiswa dari sekian banyak kalangan di masyarakat salah satunya yang terbanyak dalam mengkonsumsi mie instan.⁹ Hal ini dikarenakan aktivitas mahasiswa yang semakin hari semakin meningkat membuat waktu yang digunakan untuk mengolah makanan menjadi lebih terbatas sehingga membuat mahasiswa banyak yang beralih ke mie instant, selain harganya yang murah praktis menjadi pertimbangan mahasiswa untuk mengkonsumsinya.

Mahasiswa IAIN Palangka Raya khususnya mahasiswa FEBI 62% merupakan anak kos-kosan yang datang dari kampung untuk menuntut ilmu di IAIN Palangka Raya, dengan keterbatasan biaya yang di dapat dari orang tua maupun kerja sambilan hal ini menjadikan mie instan sebagai alternatif konsumsinya.¹⁰ Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMSI MIE INSTAN DENGAN SITUASI EKONOMI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALANGKA RAYA”**

⁸ Dokter sehat, *Bahaya Makan Mie Instan*, <http://doktersehat.com/bahaya-makan-mie-instan/> (Di akses pada hari Senin 2 oktober 2017 pada pukul 11:00 WIB.)

⁹ Hasil observasi awal, 14 April 2017.

¹⁰ Hasil observasi awal, 14 April 2017.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka titik fokus masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan motivasi konsumsi mie instan dengan situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya?

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan motivasi konsumsi mie instant dengan situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan teoristik

Semoga penelitian ini bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya tentang hubungan motivasi konsumsi mie instan dengan situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

2. Kegunaan praktis

a) Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi program SI di Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

b) Sebagai bahan bacaan dan juga sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah literatur ekonomi syari'ah bagi kepustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

E. Sistematika penulisan

Penulisan ini terbagi menjadi 5 bab, yang masing-masing adalah:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II Landasan teoritik

Bab ini akan diuraikan beberapa teori yang dapat digunakan sebagai kerangka pemikiran teori atau landasan penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, pendekatan penelitian, objek dan subyek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV Penyajian data dan pembahasan

Bab ini akan diuraikan beberapa penyajian data dan pembahasan atau hasil penelitian.

Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, dan berisi saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIK

A. Kajian terdahulu

Adapun penelitian sebelumnya yang penulis ketahui mengenai Mie Instant antara lain:

Umdatos Soleha, pernah melakukan penelitian pada tahun 2013 dengan judul “hubungan asal jurusan, status ekonomi orangtua, dukungan sosial keluarga dengan motivasi belajar pada mahasiswa semester IV” Beberapa Stikes memiliki input mahasiswa yang berasal dari jurusan Non IPA. Dihipotesiskan mahasiswa akan lebih termotivasi untuk belajar jika memiliki dasar yang kuat dan relevansi keilmuan yang relevan dengan jurusan ketika di sekolah menengah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan asal jurusan dengan motivasi belajar dengan mengontrol pengaruh status ekonomi orangtua dan dukungan sosial keluarga. Penelitian ini adalah penelitian analitik observasional dengan pendekatan crossectional. besar Sampel sebanyak 45 mahasiswa di pilih dengan teknik stratified random sampling dari populasi mahasiswa pada Prodi S1 Ilmu Keperawatan Stikes Yarsis. Pengumpulan data dilakukan dari tanggal 10 Maret s.d 17 Maret 2013. Variabel independen yang diteliti meliputi asal jurusan, status ekonomi orangtua, dukungan sosial keluarga, sedangkan variabel dependen adalah motivasi belajar. Motivasi belajar dan dukungan social keluarga di ukur

dengan kuesioner yang telah dilakukan uji coba. Data di analisis dengan model analisis regresi logistik ganda. Hasil penelitian menyimpulkan terdapat hubungan asal jurusan (OR=1.90, p=0.335), status ekonomi orangtua (OR=0.72, p=0.611) dan dukungan sosial keluarga (OR=1.47, p=0.536) dengan motivasi belajar meskipun secara statistik tidak signifikan. Perlu penelitian lebih lanjut dengan ukuran sampel yang lebih besar.¹¹

Nurul Wandasari pernah melakukan penelitian pada tahun 2014 dengan judul “hubungan pengetahuan ibu tentang mie instan dan perilaku konsumsi mie instan pada balita di rw. 04 perumahan villa balaraja Kabupaten Tangerang” Tujuan penelitian adalah mengetahui hubungan pengetahuan ibu tentang mie instan dan perilaku konsumsi mie instan pada balita. Metode penelitian adalah *cross-sectional* dan jumlah sampel sebanyak 53 orang secara *simple random sampling*. Dimensi pengetahuan ibu tentang konsumsi mie instan meliputi definisi makanan bergizi, pemahaman gizi dalam makanan dan mie instan. Dimensi perilaku konsumsi mie instan pada balita meliputi cara pengolahan mie instan dan frekuensi konsumsi mie instan. Uji statistik yang digunakan adalah uji *Pearson Product Moment*. Sebagian besar balita berumur 3-4 tahun (84,9%). Jenis kelamin terbanyak adalah perempuan (50,9%). Tingkat pendidikan ibu yaitu SMA (77,4%). Tingkat pengetahuan

¹¹ Umdatos Soleha, *Hubungan Asal Jurusan, Status Ekonomi Orangtua, Dukungan Sosial Keluarga Dengan Motivasi Belajar Pada Mahasiswa Semester Iv*, 2013.

ibu sebagian besar kurang baik yaitu 35 orang (66%) dan perilaku konsumsi mie instan tidak baik sebanyak 30 orang (56,6%). Hasil uji statistik menunjukkan adanya hubungan yang bermakna antara pengetahuan ibu tentang mie instan dan perilaku konsumsi mie instan ($p < 0,05$), nilai r hitung (0,849) lebih besar dari nilai r tabel (0,266) yang memiliki hubungan korelasi sangat kuat. Kader posyandu perlu mengadakan penyuluhan kepada ibu balita mengenai pemberian makanan yang tepat serta efek mengkonsumsi makanan instan terus-menerus untuk balita.¹²

Fitri Nugraheni, pernah melakukan penelitian pada tahun 2015 dengan judul “hubungan motivasi belajar terhadap hasil belajar mahasiswa (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi umk)” Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara motivasi belajar terhadap hasil belajar mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Data dikumpulkan dari 35 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus semester 2 yang mengambil mata kuliah Statistik 1, dengan menggunakan metode pengambilan sampel purposive sampling. Variabel yang diukur adalah motivasi belajar dan hasil belajar. Untuk variabel motivasi belajar, diukur dengan menggunakan angket yang disebarakan pada ke 35 orang mahasiswa yang terpilih sebagai responden penelitian. Sedangkan variabel hasil belajar didapat dari nilai statistik 1 dari mahasiswa tersebut.

¹² Nurul Wandasari, *hubungan pengetahuan ibu tentang mie instan dan perilaku konsumsi mie instan pada balita di rw. 04 perumahan villa balaraja kabupaten tangerang*, 2014.

Analisis korelasi sederhana digunakan dalam menguji hubungan antara motivasi belajar terhadap hasil belajar di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Hasil penelitian dengan menggunakan 35 responden tersebut menunjukkan hasil sebagai berikut: didapat bahwa nilai r (koefisien korelasi) adalah sebesar 0,02 atau 2% dan koefisien determinasi sebesar 0,03%, maka hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa pemberian motivasi belajar berpengaruh sangat kecil terhadap hasil belajar mahasiswa, artinya jika motivasi belajar meningkat maka hasil belajar juga meningkat. Dan faktor lain yang mempengaruhi hasil belajar mahasiswa, selain motivasi belajar, adalah sebesar 0,97%.¹³

Setelah melihat penelitian terdahulu diatas, maka dapat diketahui perbedaan dan persamaan penelitian. Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang penulis lakukan adalah mengenai judul pembahasan dimana judul penelitian ini lebih general yaitu motivasi konsumsi mie instan yang di dalamnya mencangkup kebutuhan fisiologis. sedangkan pada penelitian terdahulu fokus hanya pada pengetahuan ibu tentang mie instan saja. Rumusan masalah yang di bahas pada penelitian ini yaitu bagaimana hubungan motivasi konsumsi mie instan dalam situasi ekonomi Mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

¹³ Fitri Nugraheni, *Hubungan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Umk*, 2015.

sedangkan pada penelitian sebelumnya meneliti tentang hubungan pengetahuan ibu tentang mie instan. Untuk persamaanya terletak pada bahan materi yang diulas mengenai motivasi konsumsi mie instan dan perilaku konsumsi mie instan pada balita. Untuk lebih jelasnya, tabel yang penulis buat mengenai perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu.

Tabel 2.1
persamaan dan perbedaan

No	Nama	Judul	Persaman	Perbedaan
1	Umdatosa Soleha	“hubungan asal jurusan, status ekonomi orang tua, dukungan sosial keluarga dengan motivasi belajar pada mahasiswa semester IV” 2013	Hubungan, status ekonomi	Dukungan social keluarga dengan motivasi belajar pada mahasiswa semester IV 2013
2	Nurul Wandasari	“hubungan pengetahuan ibu tentang mie instan dan perilaku konsumsi mie instan pada balita di rw. 04 perumahan villa balaraja kabupaten tangerang” 2014	Hubungan, Mie instan	Pengetahuan ibu, perilaku, konsumsi pada balita di rw. 04 perumahan villa balaraja kabupaten tangerang”

				2014
3	Fitri Nugraheni	“hubungan motivasi belajar terhadap hasil belajar mahasiswa (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi umk)” 2015	Hubungan motivasi.	Motivasi belajar terhadap hasil belajar mahasiswa 2015
4	Tony	“Hubungan Motivasi konsumsi dengan situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya” 2017	Mie instant	Motivasi konsumsi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya” 2017

Sumber: Dibuat oleh penulis 2017.

B. Kajian teori

1. Motivasi

a. Pengertian motivasi

Motif atau motivasi berasal dari kata latin *'moreve'* yang berarti dorongan dari dalam diri manusia untuk bertindak atau berperilaku. Motivasi tidak terlepas dari kata kebutuhan atau *'needs'* atau *'want'*, kebutuhan adalah suatu potensi daam diri manusia yang perlu ditanggapi atau direspon. Tanggapan terhadap kebutuhan tersebut dan hasilnya orang akan merasa puas. Apabila kebutuhan

tersebut belum direspon atau dipenuhi, maka akan berpotensi untuk muncul kembali sampai terpenuhinya kebutuhan yang diinginkan.¹⁴

Setiap individu memiliki kondisi internal, dimana kondisi tersebut ikut berperan dalam aktivitas dirinya sehari-hari. Salah satu dari kondisi internal tersebut adalah 'motivasi'. Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang untuk bertingkah laku. Dorongan tersebut berada pada diri seseorang yang menggerakkan untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan dalam dirinya. Motivasi juga dapat dikatakan sebagai perbedaan antara dapat melaksanakan dan mau melaksanakan. Motivasi adalah kekuatan, baik dari dalam maupun dari luar yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Dapat diartikan juga sebagai dorongan mental terhadap perorangan atau orang-orang sebagai anggota masyarakat.¹⁵

A.M. Sardiman mengatakan bahwa motivasi adalah daya penggerak yang telah menjadi aktif. Motif menjadi aktif pada saat-saat tertentu, terutama bila kebutuhan untuk mencapai tujuan sangat dirasakan atau mendesak. Sedangkan, Mc. Donald mengatakan bahwa motivasi adalah perubahan energi dalam diri

¹⁴ Notoatmodjo, S, *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta : Rineka Cipta, 2007, hlm. 72.

¹⁵ *Ibid.*

seseorang yang ditandai dengan munculnya “feeling” dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan.¹⁶

M. Ngalim Purwanto mengemukakan definisi motivasi adalah pendorong suatu usaha yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar seseorang tersebut menjadi tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil dan tujuan tertentu.¹⁷ Sedangkan menurut W.S.Winkel mengatakan bahwa motivasi adalah daya penggerak di dalam diri orang untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai tujuan tertentu.¹⁸

Niewhof, dkk, menggambarkan motivasi sebagai ‘*why*’ of *human behavior*, bahwa motivasi yang ada dalam diri seseorang merupakan satu dorongan dasar yang menjadi alasan seseorang untuk memutuskan melakukan sesuatu atau tidak.¹⁹

Banyak para ahli yang sudah mengemukakan pengertian motivasi dengan berbagai sudut pandang para ahli masing-masing. Dari berbagai pendapat tersebut memiliki inti yang sama yaitu motivasi merupakan pendorong atau penggerak yang mengubah energi dalam diri seseorang ke dalam bentuk aktivitas

¹⁶ A.M Sardiman, *Interaksi Dan Motivasi Mengajar*, Rajawali pers, 2007, hlm. 246.

¹⁷ Ngalim Purwanto, *Psikologi Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007, hlm. 71.

¹⁸ W.S. Winkel, *Psikologi Belajar*, Yogyakarta : Media Abadi, 2004, hlm. 169.

¹⁹ Niewhof, *Management & Strategy*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009, hlm. 115.

nyata untuk mencapai tujuan tertentu. Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian motivasi adalah daya penggerak atau pendorong yang ada di dalam setiap individu maupun di luar individu untuk memenuhi kebutuhannya serta melakukan sesuatu demi mencapai tujuan.

b. Konsep motivasi

Menurut Notoatmodjo, para ahli merumuskan konsep atau teori tentang motivasi²⁰, diantaranya yaitu:

a. Teori Herberg

teori motivasi ini dikenal dengan teori motivasi “dua factor”. Jadi menurut teori ini, ada dua factor yang mempengaruhi seseorang dalam tugas atau pekerjaannya, antara lain:

- 1). Factor-faktor penyebab kepuasan (*Satisfierr*) atau factor motivasional. Factor ini menyangkut kebutuhan psikologis seseorang seperti serangkaian kondisi intrinsik. Apabila kepuasan belajar tercapai, maka akan menggerakkan tingkat motivasi atau kepuasan ini anantara lain; prestasi (*achievement*), penghargaan (*recognition*), kesempatan untuk maju (*possibility of growth*), dan pekerjaan itu sendiri (*work*).

²⁰ Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*, Jakarta : Rineka Cipta, 2007, hlm. 127.

2). Factor-faktor penyebab ketidakpuasan (*dissatisfaction*) atau *hygiene factor*. Factor ini menyangkut kebutuhan akan pemeliharaan atau *maintenance factor* yang merupakan hakikat manusia yang ingin memperoleh kesehatan badaniyah. Hilangnya factor-faktor ini akan menimbulkan ketidakpuasan bekerja (*dissatisfaction*). Factor higienes ini meliputi kondisi fisik lingkungan (*physical environment*), hubungan interpersonal (*interpersonal relationship*) kebijakan dan administrasi (*policy and administration*), dan pengawasan (*supervision*), *reward*, dan keamanan.²¹

b. Teori maslow

teori motivasi ini merupakan lanjutan atau pengembangan dari teori Eltom Mayo(1880-1949) dengan mendasarkan pada kebutuhan manusia yang dibedakan anatara kebutuhan biologis dan kebutuhan psikologis, atau disebut kebutuhan materi (biologis) dan kebutuan non materi (psikologis). Maslow menyatakan bahwa kebutuhan manusia secara hierarki semuanya ada pada diri manusia. Kebutuhan tersebut mencakup kebutuhan fisiologis (sandang pangan), kebutuhan rasa aman (bebas cahaya), kebutuhan kasih sayang, kebutuhan dihargai dan dihormati, dan

²¹ *Ibid.*, hlm. 129.

kebutuhan aktualiasi diri.²² Teori ini dikenal sebagai teori kebutuhan (*needs*) yang digambarkan seperti berikut:



Sumber: Abraham Maslow

Teori ini mempunyai makna serta peranan kognisi dalam kaitannya dengan perilaku seseorang yang menjeaskan adanya peristiwa internal yang terbentuk sebagai perantara dari stimulus tugas dan tingkah laku berikutnya.

c. Jenis Motivasi

Menurut abraham C. Dan shanley F.(1999) dalam bukunya sunaryo (2004), jenis motivator secara umum adalah uang, penghormatan, tantangan, pujian, kepercayaan atasan, lingkungan yang yang menarik, jam kerja yang fleksibel, promosi, persahabatan, pengakuan, penghargaan, kemandirian, lingkungan yang kreatif,

²² Abraham Maslow, *Motivasi Dan Kepribadian*, Jakarta: PT PBB, 1994, hlm. 215.

bunos atau hadiah, ucapan terima kasih dan keyakinan dalam bekerja.²³ Adapun jenis motivasi dalam penelitian ini ialah pengakuan dan penghargaan.

d. Manfaat Motivasi

Manfaat motivasi yang utama adalah menciptakan gairah kerja, sehingga produktivitas kerja meningkat. Sementara itu, manfaat yang diperoleh karena bekerja dengan orang - orang yang termotivasi adalah pekerjaan dapat diselesaikan dengan tepat. Artinya, pekerjaan dapat diselesaikan sesuai standar yang benar dalam satu skala waktu yang sudah ditentukan, serta orang akan lebih senang melakukan pekerjaannya. Sesuatu yang dilakukan karena ada motivasi yang mendorongnya akan membuat orang senang mengerjakannya. Orang pun akan merasa dihargai atau diakui. Hal ini terjadi karena pekerjaannya itu benar-benar berharga bagi orang yang termotivasi. Orang akan bekerja keras, hal ini dimaklumi karena dorongan yang begitu tinggi untuk menghasilkan sesuai target yang mereka tetapkan. Kinerjanya akan dipantau oleh individu yang bersangkutan dan tidak akan membutuhkan terlalu banyak pengawasan. Hal ini akan memberikan suasana bekerja yang cukup bagus di semua bidang.²⁴

²³ Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan*, Jakarta: Bumi aksara, 2004, hlm. 129.

²⁴ Ishak dan Hendri, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: CV. Alfabeta, 2004, hlm.

Adapun menurut Oemar Hamalik, manfaat motivasi itu ialah :

- a. Mendorong timbulnya kelakuan atau suatu perbuatan.
- b. Sebagai pengarah, artinya mengarahkan perbuatan kepada pencapaian tujuan yang diinginkan.
- c. Sebagai penggerak, artinya sebagai penggerak dalam melakukan sesuatu yang diinginkan.²⁵
- e. Tujuan Motivasi

Tujuan motivasi adalah untuk menggerakkan atau menggugah seseorang agar timbul keinginan dan kemauannya untuk melakukan sesuatu sehingga dapat memperoleh hasil atau mencapai tujuan tertentu. Dalam mencapai motivasi harus mengenal dan memahami benar-benar latar belakang kehidupan, kebutuhan, dan kepribadian orang yang akan dimotivasi.²⁶

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa makin jelas tujuan yang diharapkan atau yang akan dicapai, makin jelas pula bagaimana tindakan motivasi itu dilakukan. Tindakan motivasi akan lebih berhasil jika tujuannya jelas dan didasari oleh perbuatan yang dimotivasi serta sesuai dengan kebutuhan orang yang dimotivasi. Oleh karena itu, setiap orang yang akan memberikan motivasi harus

²⁵ Oemar Hamalik, *Psikologi Belajar dan Mengajar*, Sinar Baru Algesindo, 2014, hlm. 145.

²⁶ *Ibid.*

mengenal dan memahami benar-benar latar belakang kehidupan, kebutuhan dan kepribadian orang yang akan dimotivasi.

2. Konsumsi

a. Pengertian konsumsi

Konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Menurut Michael konsumsi dapat diartikan sebagai berikut²⁷:

Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Barang dan jasa yang digunakan dalam proses produksi tidak termasuk konsumsi, karena barang dan jasa itu tidak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Barang dan jasa dalam proses produksi ini digunakan untuk memproduksi barang lain.²⁸

Konsumsi adalah barang yang langsung dapat dipakai untuk memenuhi kebutuhan hidup, sedangkan barang produksi adalah barang yang dipergunakan untuk menghasilkan barang lain. Individu yang mengkonsumsi disebut konsumen dan pengusaha yang memproduksi disebut produsen. Konsumsi merupakan besarnya belanja yang dikeluar-

²⁷Michael, *Ekonomi Mikro*, Jakarta: Salemba empat, 2001, hlm. 49.

²⁸ *Ibid.*

kan oleh setiap rumah tangga dalam satubulan untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik makanan maupun bukan makanan.²⁹

Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun, tujuannya adalah untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Selanjutnya Michael menjelaskan: “Tingkat konsumsi memberikan gambaran tingkat kemakmuran seseorang atau masyarakat”. Pengertian kemakmuran adalah semakin tinggi tingkat konsumsi seseorang maka semakin makmur, sebaliknya semakin rendah tingkat konsumsi seseorang berarti semakin miskin.³⁰

Menurut Todaro “konsumsi secara umum diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia”.³¹ Konsumsi sebagai pembelanjaan yang dilakukan oleh rumah tangga atas barang-barang dan jasa-jasa untuk konsumen akhir atau dibutuhkan oleh seseorang atau masyarakat dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pekerjaan tersebut.³²

Manusia dalam mempertahankan hidupnya membutuhkan makanan, pakaian, perumahan dan sebagainya. Oleh karena itu, timbul

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*, hlm 51

³¹ Todaro, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, Edisi Kedelapan Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2002, hlm. 213.

³² *Ibid.*

masalah konsumsi, baik konsumsi makanan maupun bukan makanan. Dalam usaha memenuhi kebutuhan konsumsi diperlukan sejumlah pendapatan, karena pendapatan itu merupakan sumber untuk melakukan pengeluaran konsumsi.³³

b. Jenis-jenis konsumsi

Masyarakat dalam menentukan dan memilih jenis konsumsi sangat berbeda dan beraneka ragam, hal itu tergantung dari tingkat penerimaan keluarga yang diperoleh. Suatu keluarga dapat menentukan jenis konsumsi menurut tingkat yang disesuaikan dengan tingkat kemampuan. Sedangkan tingkat kemampuan ini digambarkan oleh tingkat pendapatan yang diterima keluarga dalam memenuhi kebutuhan konsumsi. Menurut Todaro menjelaskan jenis-jenis konsumsi antara lain: Kebutuhan manusia beraneka ragam dan berlangsung secara terus menerus, manusia merasa belum puas walaupun satu kebutuhan telah terpenuhi, karena biasanya akan diikuti oleh kebutuhan lain seperti kebutuhan sekunder. Kebutuhan manusia akan bertambah terus, baik macam, jumlah maupun mutunya. Penyebab ke tidak terbatas kebutuhan manusia secara keseluruhan, antara lain pertambahan penduduk, kemajuan teknologi, taraf hidup yang semakin meningkat, keadaan lingkungan dan tingkat kebudayaan manusia yang semakin meningkat pula.³⁴

³³ *Ibid.*

³⁴ *Ibid.*, hlm. 115.

Selanjutnya Todaro membagi-bagikan beberapa tingkat atau katagori jenis konsumsi yakni: “konsumsi barang-barang kebutuhan pokok disebut konsumsi primer, konsumsi sekunder dan konsumsi barang-barang mewah”.³⁵

Konsumsi pokok dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan primer minimal yang harus dipenuhi untuk dapat hidup. Konsumsi yang harus dimiliki oleh seseorang untuk jenis konsumsi pokok adalah makanan, pakaian dan perumahan.

Konsumsi sekunder, adalah kebutuhan yang kurang begitu penting untuk dipenuhi. Tanpa terpenuhi kebutuhan ini, manusia masih dapat hidup, misalnya kebutuhan akan meja, kursi, radio, buku-buku bacaan, kebutuhan ini akan dipenuhi apabila kebutuhan pokok sudah terpenuhi. Oleh karena itu, kebutuhan ini sering disebut kebutuhan kedua atau kebutuhan sampingan.³⁶

Konsumsi barang-barang mewah. Konsumsi ini dipenuhi apabila konsumsi kebutuhan pokok dan sekunder telah terpenuhi. Seseorang akan membutuhkan barang-barang mewah, misalnya mobil, berlian, barang-barang elektronik dan sebagainya jika mempunyai kelebihan yang maksimal. Keinginan untuk memenuhi barang-barang mewah ditentukan oleh penghasilan seseorang dan lingkungannya. Orang yang bertempat

³⁵ *Ibid.*, hlm. 116

³⁶ *Ibid.*

tinggal di lingkungan orang kaya, biasanya berhasrat atau berkeinginan memiliki barang-barang mewah seperti yang dimiliki orang di lingkungannya.³⁷

Dengan demikian jelaslah bahwa jenis konsumsi sangat beragam, baik konsumsi pokok, sekunder maupun barang-barang mewah. Akan tetapi jenis konsumsi yang diutamakan adalah kebutuhan pokok. Apabila seseorang memiliki pendapatan lebih barulah kebutuhan sekunder atau barang mewah dikonsumsi seseorang.

Menurut Moningka ada 3 (tiga) tipe perilaku konsumtif, yaitu:

- 1) konsumsi adiktif (*addictive consumption*), yaitu mengonsumsi barang atau jasa karena ketagihan.
- 2) konsumsi kompulsif (*compulsive consumption*), yaitu berbelanja secara terus menerus tanpa memperhatikan apa yang sebenarnya ingin dibeli.
- 3) pembelian impulsif (*impulse buying*). Pada *impulse buying*, produk dan jasa memiliki daya guna bagi individu. Pembelian produk atau jasa tersebut biasanya dilakukan tanpa perencanaan.³⁸

Adapun factor-faktor perilaku konsumtif menurut Kottler dan Amstrong ada beberapa factor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses perilaku pembelian adalah sebagai berikut:

³⁷ *Ibid.*

³⁸ Moningka, *Konsumtif antara gengsi dan kebutuhan*, Jakarta: Erlangga, 2006, hlm. 115.

a) Pekerjaan

Pria metroseksual kebanyakan adalah eksekutif muda. Masalah penampilan jelas terlihat dari pakaian dengan segala atributnya seperti dasi, sepatu sampai parfum dan sebagainya. Faktor yang relevan dengan sisi penampilan juga ditambah dengan perawatan tubuh mulai dari salon, spa dan klub fitnes.³⁹

b) Situasi ekonomi

Kartajaya, dkk mengatakan bahwa pria metroseksual biasanya berasal dari kalangan dengan penghasilan ekonomi yang besar. Besarnya materi yang dikeluarkan untuk menunjang perilaku konsumtif yang mereka lakukan bukan menjadi masalah.⁴⁰

3. Konsumen

a. Pengertian konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁴¹ Jika tujuan pembelian produk tersebut untuk dijual kembali, maka dia disebut pengecer atau *distributor*. Jika dilihat dari perilaku konsumen dalam mengonsumsi suatu barang dibedakan menjadi

³⁹ Kottler dan amstrong, *Dasar-dasar pemasaran, jilid 1*, Jakarta: Prenhallindo, 1997, hlm. 129.

⁴⁰ Kartajaya, *Marketing*, Gramedia media pustaka utama, 2004 hlm. 127.

⁴¹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, 2008, hlm. 131.

dua macam, yaitu perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen irasional.⁴²

1) Perilaku rasional

Suatu konsumsi dapat dikatakan rasional jika memerhatikan hal-hal berikut:

- a) barang tersebut dapat memberikan kegunaan optimal bagi konsumen;
- b) barang tersebut benar-benar diperlukan konsumen;
- c) mutu barang terjamin;
- d) harga sesuai dengan kemampuan konsumen.

2) Perilaku irasional

Suatu perilaku dalam mengonsumsi dapat dikatakan tidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaannya terlebih dahulu. Contohnya, yaitu:

- a) tertarik dengan promosi atau iklan baik di media cetak maupun elektronik;
- b) memiliki merek yang sudah dikenal banyak konsumen;
- c) ada bursa obral atau bonus-bonus dan banjir diskon;
- d) prestise atau gengsi.

⁴² *Ibid.*

4. Mie Instan

a. Pengertian Mie Instan

Mie instan adalah sejenis produk makanan berbentuk pasta yang berbahan baku utamanya adalah tepung terigu, yang diolah dengan merebus dalam air panas dan untuk kemudian disajikan sesuai selera.⁴³

b. Sejarah Mie instan

Mie instan pertama kali diproduksi secara besar-besaran oleh Mamofuku Ando, pria kelahiran Taiwan yang berkebangsaan Jepang. Dia mendirikan perusahaan Nissin Food Industries pada bulan Desember 1958. Mie instan di Indonesia diawali dengan berdirinya PT. Lima Satu Sankyu pada bulan April 1968, perusahaan ini merupakan patungan antara pengusaha domestik dengan Sankyu Shakusin Kabushikidari Jepang. Perusahaan ini berganti nama menjadi PT. Lima Satu Sankyu Indonesia pada tahun 1977. Kemudian perusahaan tersebut mengganti namanya menjadi PT. Supermie Indonesia yang memproduksi mie dengan merek Supermie. Selain PT. Supermie Indonesia, pada tahun 1970 berdiri PT. Sanmaru Food manufacturing sebagai salah satu anak perusahaan baru dari Jangkar Jati Group yang memproduksi mie instan dengan merek Indomie. Pada tahun 1982 PT. Sarimi Asli Jaya (Salira) berdiri dan memproduksi mie instan dengan merek Sarimi. Sejak saat itu persaingan

⁴³ Hamjah, Jurnal persepsi konsumsi terhadap mie instan universitas kristen Indonesia,2010, hlm 63.

di industri pasar mie instan mulai sangat ketat. Terutama setelah Indofood bergabung dengan Jangkar Jati Group pada tahun 1984 dengan membuat PT Indofood Internal Corporation. Perusahaan inilah yang merupakan asal mula berdirinya Indofood Group yang bernaung di bawah PT. Indofood Sukses makmur Tbk.⁴⁴

Pada tahun 1986 Indofood mengambil alih PT. Supermie Indonesia dan tahun 1992 group ini juga mengambil alih seluruh saham Jangkar Jati Group di PT. Indofood Interna Corporation. Sejak saat itu dominasi Indofood dengan mie instan merek Indomie, Sarimie, dan Supermie semakin menguasai pasar mie instan di pasar domestik. Hingga tahun 2007 pangsa pangsa pasar PT Indofood masih memimpin di atas 50 persen.⁴⁵

c. Jenis mie instant

Adapun jenis-jenis mie instant di Indonesia anantara lain:

1) Indomie

Indomie adalah merek produk mi instan yang sangat populer di Indonesia dan Nigeria. Saking terkenalnya, orang Indonesia memanggil mi instan dengan sebutan "Indomie",

⁴⁴ *Ibid.*, hlm 65.

⁴⁵ *Ibid.*

2) Supermi

Supermi adalah merek mi instan terpopuler di Indonesia, diproduksi oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Diluncurkan pada tahun 1968 oleh Sudono Salim sebagai mi instan serbaguna,

3) Sarimi

Sarimi adalah merek mi instan terpopuler keempat di Indonesia, diproduksi oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, diluncurkan pada tahun 1982, empat belas tahun setelah Supermi dan sepuluh tahun setelah Indomie. Di Indonesia, sebutan "Sarimi" juga umum dijadikan istilah generik yang merujuk kepada mi instan.

4) Mie sedap

Mie Sedaap adalah merek mi instan yang diproduksi oleh Wings Food dan produk mi instan populer kedua di Indonesia. Diluncurkan pada tahun 2003, tiga puluh satu tahun setelah Indomie.

d. Manfaat mie instant

1. Lebih praktis

Manfaat mie instant untuk mengkonsumsinya tidak memerlukan waktu yang lama dalam proses penyajiannya. Bagi mereka yang sibuk tidak perlu khawatir saat lapar sedang melanda, karena mie instant dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif pilihan untuk mengganjal perut.

2. Sebagai sumber energi

Kandungan kalori yang terdapat dalam produk mie instant dapat membantu memenuhi kebutuhan energi tubuh seseorang. Mengonsumsi mie instant dapat membantu seseorang untuk merasa kenyang di saat lapar.

3. Bisa dinikmati siapa saja

Keberadaan mie instant merupakan hal yang bisa dinikmati oleh siapapun, termasuk orang-orang yang berasal dari tingkat ekonomi yang rendah. Hal ini dikarenakan harga mie instan yang terjangkau.

4. Memiliki berbagai macam varian rasa

Salah satu hal yang menjadikan manfaat mie instant sebagai salah satu konsumsi pilihan adalah karena memiliki berbagai macam rasa yang ditawarkan. Banyak sekali produk mie instant yang akhir-akhir ini beredar dengan aneka macam rasa yang menggugah selera para konsumen.⁴⁶

⁴⁶<https://manfaat.co.id/manfaat-mie-instant> (Di akses pada hari Jumat pada tanggal 20 oktober 2017 pada pukul 19:53 WIB).

- e. Tujuan mengkonsumsi mie instant
 - 1. Hemat
 - 2. praktis
 - 3. Harga mie instan murah
 - 4. Kemesannya menarik
 - 5. Banyak rasa sehingga tidak bosan mengkonsumsi mie instan.

5. Situasi Ekonomi

Situasi ekonomi merupakan sebuah kondisi di mana seseorang atau individu di hadapkan dengan keadaan yang sedang di alami individu tersebut yang bersangkutan dengan kehidupan sosialnya.

1). Kondisi Sosial Ekonomi

Keadaan sosial ekonomi setiap orang itu berbeda-beda dan bertingkat, ada yang keadaan sosial ekonominya tinggi, sedang, dan rendah. Abdulsyani adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok manusia yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendapatan, tingkat pendidikan, jenis rumah tinggal, dan jabatan dalam organisasi⁴⁷, sedangkan menurut Soerjono Soekanto sosial ekonomi adalah posisi seseorang dalam masyarakat berkaitan dengan orang lain dalam arti lingkungan peraulan, prestasinya, dan hak-hak serta

⁴⁷ Abdulsyani, *Sosiologi* (skematika, teori dan terapan), Penerbit: Bumi Aksara, Jakarta, 1994, hlm. 189.

kewajibannya dalam hubungannya dengan sumber daya⁴⁸. Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan pengertian keadaan sosial ekonomi dalam penelitian ini adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam masyarakat berkaitan dengan tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, kepemilikan kekayaan atau fasilitas serta jenis tempat tinggal.

2). Faktor-faktor yang menentukan keadaan sosial ekonomi

Berdasarkan kodratNya manusia dilahirkan memiliki kedudukan yang sama dan sederajatnya, akan tetapi sesuai dengan kenyataan setiap manusia yang menjadi warga suatu masyarakat, senantiasa mempunyai status atau kedudukan dan peranan. Ada beberapa faktor yang dapat menentukan tinggi rendahnya keadaan sosial ekonomi orang tua di masyarakat, diantaranya tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, kondisi lingkungan tempat tinggal, kepemilikan kekayaan, dan partisipasi dalam aktivitas kelompok dari komunitasnya. Dalam hal ini uraiannya dibatasi hanya 4 faktor yang menentukan yaitu tingkat pendidikan, pendapatan, dan kepemilikan kekayaan, dan jenis tempat tinggal.

⁴⁸ Soerjono Soekanto, Sosiologi. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, hlm.115.

a. Tingkat Pendidikan

Menurut UU RI No. 20 Tahun 2003 pasal 1, pada dasarnya jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan. Pendidikan menurut UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Pendidikan adalah aktivitas dan usaha untuk meningkatkan kepribadian dengan jalan membina potensi-potensi pribadinya, yaitu rokhani(pikir, cipta, rasa, dan hati nurani) serta jasmani (panca indera dan keterampilan-keterampilan).

Menurut UU RI No. 20 Tahun 2003 pasal 3 Pendidikan bertujuan untuk “Mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan dan ketrampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan bertanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan”. Untuk mencapai tujuan tersebut, pendidikan

diselenggarakan melalui jalur pendidikan sekolah (pendidikan formal) dan jalur pendidikan luar sekolah (pendidikan non formal). Jalur pendidikan sekolah (pendidikan formal) terdapat jenjang pendidikan sekolah, jenjang pendidikan sekolah pada dasarnya terdiri dari pendidikan prasekolah, pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi.

1). Pendidikan prasekolah.

Kunaryo PP No. 27 tahun 1990 dalam pendidikan prasekolah adalah pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani peserta didik di luar lingkungan keluarga sebelum memasuki pendidikan dasar, yang diselenggarakan di jalur pendidikan sekolah atau di jalur pendidikan luar sekolah.⁴⁹

2) Pendidikan dasar

Kunaryo PP No. 28 tahun 1990 dalam pendidikan dasar adalah pendidikan umum yang lamanya sembilan tahun. Diselenggarakan selama enam tahun di sekolah dasar dan tiga tahun di sekolah menengah lanjutan tingkat pertama atau satuan pendidikan yang sederajat. Tujuan pendidikan dasar adalah untuk memberikan bekal kemampuan dasar kepada peserta didik untuk

⁴⁹ Hadikusumo, Kunaryo, *Pengantar Pendidikan*. Semarang: IKIP Semarang PRESS, 2000, hlm. 196.

mengembangkan kehidupan sebagai pribadi anggota masyarakat, warga Negara dan anggota umat manusias serta mempersiapkan peserta didik untuk mengikuti pendidikan menengah⁵⁰.

3) Pendidikan Menengah

Menurut PP No. 29 tahun 1990 dalam Kunaryo (2000), pendidikan menengah adalah pendidikan yang diselenggarakan bagi pendidikan dasar. Bentuk satuan pendidikan yang terdiri atas: Sekolah Menengah Umum, Sekolah Menengah Kejuruan, Sekolah Menengah Keagamaan, Sekolah Menengah Kedinasan, dan Sekolah Menengah Luar Biasa⁵¹.

4) Pendidikan Tinggi

Kunaryo UU No. 2 tahun 1989 dalam pendidikan tinggi merupakan kelanjutan pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik atau professional yang dapat menerapkan, mengembangkan, atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kesenian. Satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi disebut perguruan tinggi, yang dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut atau universitas. Dalam penelitian ini untuk mengetahui

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ *Ibid.*

tingkat pendidikan orang tua selain dilihat dari jenjangnya juga dapat dilihat dari tahun sukses atau lamanya orang tua sekolah. Semakin lama orang tua bersekolah berarti semakin tinggi jenjang pendidikannya. Contohnya, orang tua yang hanya sekolah 6 tahun berarti hanya sekolah sampai SD berbeda dengan orang yang sekolahnya sampai 12 tahun berarti lulusan SMA. Tingkat pendidikan yang pernah ditempuh orang tua berpengaruh pada kelanjutan sekolah anak mereka. Orang tua yang memiliki pendidikan yang tinggi mempunyai dorongan atau motivasi yang besar untuk menyekolahkan anak mereka.⁵²

b. Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah semua pendapatan kepala keluarga maupun anggota keluarga lainnya yang diwujudkan dalam bentuk uang dan barang. Berdasarkan jenisnya, Biro Pusat Statistik membedakan pendapatan menjadi dua yaitu:

1) Pendapatan berupa barang

Pendapatan berupa barang merupakan segala penghasilan yang bersifat regular dan biasa, akan tetapi tidak selalu berupa balas jasa dan diterimakan dalam bentuk barang atau jasa. Barang dan jasa yang diterima/diperoleh dinilai dengan harga pasar sekalipun tidak diimbangi ataupun disertai transaksi uang oleh yang menikmati

⁵² *Ibid.*, hal 197.

barang dan jasa tersebut. Demikian juga penerimaan barang secara cuma-cuma, pembelian barang dan jasa dengan harta subsidi atau reduksi dari majikan merupakan pendapatan berupa barang.

2). Pendapatan berupa uang

Berdasarkan bidang kegiatannya, pendapatan meliputi pendapatan sektor formal dan pendapatan sektor informal. Pendapatan sektor formal adalah segala penghasilan baik berupa barang atau uang yang bersifat regular dan diterimakan biasanya balas jasa atau kontrasepsi di sektor formal yang terdiri dari pendapatan berupa uang, meliputi: gaji, upah dan hasil infestasi dan pendapatan berupa barang-barang meliputi: beras, pengobatan, transportasi, perumahan, maupun yang berupa rekreasi. Pendapatan sektor informal adalah segala penghasilan baik berupa barang maupun uang yang diterima sebagai balas jasa atau kontraprestasi di sektor informal yang terdiri dari pendapatan dari hasil infestasi, pendapatan yang diperoleh dari keuntungan sosial, dan pendapatan dari usaha sendiri, yaitu hasil bersih usaha yang dilakukan sendiri, komisi dan penjualan dari hasil kerajinan rumah.⁵³

⁵³ Yerikho, Joshua, *Hubungan Tingkat Pendapatan Keluarga dengan Pendidikan Anak*, Jurnal Penelitian Pendidikan UPI. Bandung, 2007, hlm. 143.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pendapatan orang tua adalah penghasilan berupa uang yang diterima sebagai balas jasa dari kegiatan baik dari sektor formal dan informal selama satu bulan dalam satuan rupiah. Besar kecilnya pendapatan yang diterima oleh setiap penduduk akan berbeda antara yang satu dengan yang lain, hal ini karena dipengaruhi oleh keadaan penduduk sendiri dalam melakukan berbagai macam kegiatan sehari-hari. Menurut Sumardi dalam Yerikho (2007) mengemukakan bahwa pendapatan yang diterima oleh penduduk akan dipengaruhi oleh tingkat pendidikan yang dimilikinya. Dengan pendidikan yang tinggi mereka akan dapat memperoleh kesempatan yang lebih luas untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik disertai pendapatan yang lebih besar. Sedangkan bagi penduduk yang berpendidikan rendah akan mendapat pekerjaan dengan pendapatan yang kecil.

Dalam penelitian ini pendapatan yang diterima penduduk dapat digolongkan berdasarkan 4 golongan yaitu:

- 1) Golongan penduduk berpendapatan rendah, yaitu penduduk yang berpendapatan <Rp.500.000 perbulan.
- 2) Golongan penduduk berpendapat cukup tinggi, yaitu penduduk yang berpendapatan rata-rata antara Rp. 500.000- Rp.750.000 perbulan.
- 3) Golongan penduduk berpendapat tinggi, yaitu penduduk yang berpendapatan rata-rata antara Rp.750.000-<Rp.1.000.000 perbulan.
- 4) Golongan penduduk berpendapatan sangat tinggi yaitu penduduk dengan pendapatan rata-rata >Rp.1.000.000.

c. Pemilikan Kekayaan atau Fasilitas.

Pemilikan kekayaan atau fasilitas adalah kekayaan dalam bentuk barang-barang dimana masih bermanfaat dalam menunjang kehidupan ekonominya. Fasilitas atau kekayaan itu antara lain:

1) Barang-barang berharga

Menurut Abdulsyani, bahwa pemilikan kekayaan yang bernilai ekonomis dalam berbagai bentuk dan ukuran seperti perhiasan, televisi, kulkas dan lain-lain dapat menunjukkan adanya pelapisan dalam masyarakat. Dalam penelitian ini barang-barang dapat menunjukkan keadaan sosial ekonomi seseorang. Barang-barang yang berharga tersebut antara lain tanah, sawah, rumah dan lain-lain. Barang-barang tersebut bisadigunakan untuk membiayai pendidikan

anak. Semakin banyak kepemilikan harta yang bernilai ekonomi dimiliki orang tua maka akan semakin luas kesempatan orang tua untuk dapat menyekolahkan anak-anaknya, dan orang tua dapat mencukupi semua fasilitas belajar anak, sehingga dapat memotivasi anak untuk berprestasi⁵⁴.

2) Jenis-jenis kendaraan pribadi.

Kendaraan pribadi dapat digunakan sebagai alat ukur tinggi rendahnya tingkat sosial ekonomi orang tua. Misalnya: orang yang mempunyai mobil akan merasa lebih tinggi tingkat sosial ekonominya dari pada orang yang mempunyai sepeda motor.

d. Jenis tempat tinggal.

Menurut Kaare Svalastoga dalam Aryana untuk mengukur tingkat sosial ekonomi seseorang dari rumahnya, dapat dilihat dari:

- 1) Status rumah yang ditempati, bisa rumah sendiri, rumah dinas, menyewa, menumpang pada saudara atau ikut orang lain.
- 2) Kondisi fisik bangunan, dapat berupa rumah permanen, kayu dan bambu. Keluarga yang keadaan sosial ekonominya tinggi, pada umumnya menempati rumah permanent, sedangkan keluarga yang

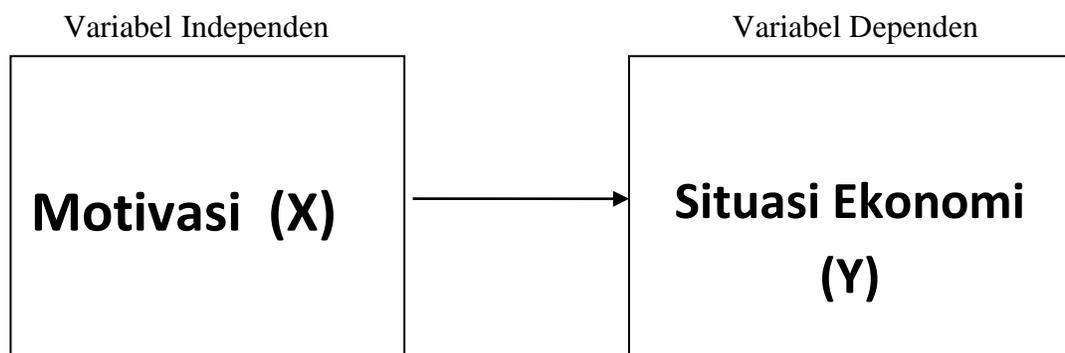
⁵⁴ Abdulsyani, *Sosiologi (skematika, teori dan terapan)*, Penerbit: Bumi Aksara, Jakarta, 1994, hlm. 165.

keadaan sosial ekonominya menengah kebawah menggunakan semi permanen atau tidak permanen.

- 3) Besarnya rumah yang ditempati, semakin luas rumah yang ditempati pada umumnya semakin tinggi tingkat sosial ekonominya. Rumah dapat mewujudkan suatu tingkat sosial ekonomi bagi keluarga yang menempati. Apabila rumah tersebut berbeda dalam hal ukuran dan kualitas rumah. Rumah yang dengan ukuran besar, permanen dan milik pribadi dapat menunjukkan bahwa kondisi sosial ekonominya tinggi berbeda dengan rumah yang keil, semi permanen dan menyewa menunjukkan bahwa kondisi sosial ekonominya rendah.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang yang telah terdeskripsi secara rinci, penulis lebih menitik beratkan pada Motivasi Mahasiswa IAIN Palangka Raya terhadap konsumsi Mie instan.



Gambar 2.2. Kerangka pemikiran

Variabel bebas (Independent variable) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah motivasi konsumsi mie instan.

Variabel terikat (Dependent variable) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah situasi ekonomi.

Penelitian yang akan dilakukan akan menjelaskan apakah variabel bebas (Motivasi konsumsi mie instan) mempunyai hubungan dengan variabel terikat (situasi ekonomi), kemudian akan mengukur seberapa besar kontribusi motivasi konsumsi mie instan tersebut pada situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

D. Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pernyataan yang dikemukakan dalam rumusan masalah yang akan diuji sebenarnya. Berdasarkan perumusan masalah, teori, serta kerangka pemikiran yang sebelumnya disajikan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis

H_0 : Motivasi konsumsi memiliki hubungan dengan situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

H_a : Motivasi konsumsi tidak memiliki hubungan terhadap situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan tempat penelitian

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih (1) bulan, yakni sejak tanggal 01 April 2017 sampai tanggal 01 May 2017. Waktu kurang lebih (1) bulan tersebut dianggap cukup untuk mengumpulkan data-data yang diperoleh tersebut valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

Adapun tempat pelaksanaan penelitian ini, dilaksanakan pada kampus IAIN di kota Palangka Raya. Peneliti memilih untuk melakukan penelitian di tempat tersebut karena peneliti ingin mengetahui bagaimana hubungan motivasi konsumsi mie instan terhadap situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

Jenis penelitian yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif, dimana masalah yang didapatkan diangkat berdasarkan isu-isu masyarakat dan peneliti gambarkan berdasarkan situasi dan kejadian yang sedang terjadi pada mahasiswa FEBI IAIN di kota Palangka Raya.

B. Pendekatan penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diteliti, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, artinya penelitian yang dilakukan untuk menentukan

ada tidaknya hubungan yang menyangkut antara hubungan aspek-aspek yang diteliti dengan menggunakan koefisien korelasi statistik, untuk membandingkan hasil pengukuran dua data atau lebih variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel yang menjadi aspek penelitian.

Adapun jenis dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *ex post facto* (kausalitas) yakni merupakan penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian melihat kebelakang tentang faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut.⁵⁵

Pendekatan kuantitatif deskriptif dalam penelitian ini dimaksud untuk mengetahui Motivasi konsumsi mie instan dengan situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya. Adapun data yang bersifat kuantitatif yaitu dengan di jumlahkan, dibandingkan dengan jumlah yang diharapkan dan diperoleh presentase atau dengan cara yang di dijumlahkan, diklasifikasikan sehingga merupakan suatu susunan urut data, untuk selanjut dibuat tabel, baik yang hanya berhenti sampai tabel saja maupun yang diproses lebih lanjut menjadi perhitungan pengambilan kesimpulan atau untuk kepentingan visualisasi datanya.

⁵⁵Iskandar, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, Jakarta: Gaung Persada Pers, hal. 66.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi penelitian

Merupakan keseluruhan objek atau subyek yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang diteliti.⁵⁶ Pengertian yang lain populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.⁵⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dari angkatan 2012-2016 yang masih status aktif yaitu berjumlah 525.

Tabel 3.1
Populasi penelitian

Tahun angkatan	Jumlah
2012	44
2013	72
2014	90
2015	121
2016	198
Total	525

Sumber: data primer yang diolah 2017.

2. Metode pengambilan sampel.

⁵⁶Nanang Marwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Data Sekunder Edisi Revisi*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012, hlm. 74.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabet, 2012, hlm. 72.

Sampel adalah banyaknya populasi dalam penelitian ini, untuk mempermudah pengumpulan data perlu dilakukan pengambilan sampel penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode *proposional random sampling* (sampling imbang), hal terpenting dalam teknik ini adalah penggunaan perwakilan yang berimbang.⁵⁸ Pemilihan proporsi sampel yang akan diambil dilakukan secara acak(random), sehingga peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan untuk dipilih menjadi sampel. Suharsimi Arikunto mengatakan, apabila sebjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-12% atau 20-25% atau lebih.⁵⁹

Pada penelitian ini, subyek penelitiannya adalah 525 konsumen dari jumlah tersebut akan di ambil sampel dengan menggunakan rumus Slovin.⁶⁰

⁵⁸ Juliansyah noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2011, hlm. 151.

⁵⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktis (edisi revisi V)*, hal. 112.

⁶⁰ Bambang prasetyo dan Lina miftahul jannah, *metodologi penelitian kuantitatif*, Jakarta: Rajawali pers, 2011, hal.137.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Besaran sampel

N = Besaran populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel)

Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut :

$$n = \frac{525}{1 + 525 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{525}{6,2}$$

n = 84,677 → 85 Sampel.

Tabel 3.2
Sampel penelitian

Tahun angkatan	Jumlah
2012	3
2013	20
2014	23
2015	17
2016	22
Total	85

Sumber: data primer yang diolah 2017.

Sehingga yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 orang. Untuk menentukan 85 orang tersebut penulis menggunakan *Random sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan pemilihan secara acak.⁶¹ Yaitu mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya, Selanjutnya para konsumen yang ditemui untuk memberikan jawaban atas angket yang diberikan oleh peneliti.

D. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik observasi

Observasi adalah sebagai suatu proses melihat, mengatasi, dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi sebagai kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Jadi observasi dapat dilakukan hanya pada perilaku atau sesuatu yang tampak, sehingga potensi perilaku seperti sikap, pendapat jelas tidak diobservasi.⁶²

Observasi yang dilakukan pada penelitian ini mengamati tentang aktivitas konsumsi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya serta mencari informasi seberapa jauh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya mengkonsumsi mie instan baik di kantin kampus, rumah maupun di kost. teknik yang digunakan untuk menyampaikan informasi apakah melalui

⁶¹ Nanang martono, *metode penelitian kuantitatif*, jakarta: rajawali per, 2011, hlm.79.

⁶²Uhar Suharputra, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, Bandung: Refika Aditama, 2012, hlm. 209.

media upload foto atau video serta feedback yang terlihat langsung setelah informasi disebarluaskan misalnya pada jumlah yang mengonsumsi mie instan.

2. Teknik Angket

Angket adalah teknik pengumpulan melalui penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan atau isian) untuk diisi langsung oleh responden seperti dilakukan dalam penelitian untuk menghimpun pendapat umum.⁶³ Jenis angket yang digunakan ialah kuesioner atau angket tertutup yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan memberi tanda.⁶⁴

Penelitian ini digunakan teknik kuesioner sebagai metode utama untuk mendapatkan data dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert berisi pertanyaan atau pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seseorang responden terhadap pertanyaan itu.⁶⁵ Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang digunakan dengan kata-kata sebagai berikut: ⁶⁶

⁶³Abdurahmat Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penulisan Skripsi*, Jakarta: Rieneka Cipta, 2006, hlm. 111.

⁶⁴Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2011, hlm. 27.

⁶⁵Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Rawali Pers, 2011, hlm. 110.

⁶⁶Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, hlm. 86.

Tabel 3.3
Skala likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Riduwan.

Berikut ini adalah kisi-kisi pernyataan yang digunakan dalam angket:

Tabel 3.2
Kisi-kisi Angket

Variabel	Indikator	Jumlah pertanyaan	No soal
Motivasi (X)	Aktualisasi diri	2	1,3,
	penghargaan /penghormatan	2	4,6
	Rasa memiliki dan cinta/sayang	1	7
	Perasaan aman dan nyaman	1	2
	Kebutuhan fisiologis	2	5,8
Situasi Ekonomi (Y)	Tingkat Pendidikan	2	2,1
	Pendapatan	2	3,4
	Pemilikan Kekayaan atau Fasilitas	2	5,6
	Jenis tempat tinggal	1	7

Sumber: Data primer yang diolah 2017.

Adapun pertanyaan yang ada di tabel 3.2 terdapat di lampiran 1 kusiner penelitian.:

E. Teknik pengolahan data

Data-data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini diolah dalam beberapa tahapan, seperti yang dikemukakan Marzuki, yaitu:

1. *Editing*, yaitu memeriksa ulang terhadap kemungkinan adanya kesalahan-kesalahan tentang data yang telah diperoleh sehingga data yang diperoleh menjadi data yang valid dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan.
2. *Coding*, yaitu memberikan kode-kode tertentu untuk mempermudah pengolahan data, dalam hal ini kode yang diberikan berupa angka yang berlaku sebagai skala pengukuran yang selanjutnya disebut skor.
3. *Tabulating*, yaitu mengelompokkan jawaban atau data dalam bentuk tabel, tabel yang digunakan dalam data ini adalah tabel distribusi frekuensi atau tabel silang.
4. *Analizing*, yaitu kegiatan membuat analisa sebagaimana dasar dari penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini menganalisa data dengan menggunakan teknik analisa korelasional, artinya teknik analisa statistik mengenai hubungan antara dua variabel.

F. Teknik analisis data

1. Uji Instrument Penelitian

a. Validitas Konstruk (*Construct validity*)

Terkait dengan keabsahan data dalam penelitian kuantitatif, akan merujuk pada validitas butir instrumen dan validitas instrument/skala. Valid bermakna kemampuan butir dalam mendukung konstruk dalam instrument. Suatu instrument dinyatakan valid (sah) apabila instrument tersebut betul-betul mengukur apa yang seharusnya diukur.⁶⁷ Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Dengan demikian, instrument yang valid merupakan instrument yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Penggaris dinyatakan valid jika digunakan untuk mengukur panjang, namun tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat. Artinya, penggaris memang tepat digunakan untuk mengukur berat. Validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang di ukur walapun dilakukan berkali-kali dan di mana-mana. Ini artinya bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur

⁶⁷Muhammad Indrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta: Erlangga, 2009, hal. 123.

tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran yang diinginkan.⁶⁸

Sugiyono mengatakan bahwa setelah pegujian konstruk selesai dari para ahli, maka diteruskan uji instrumen. Instrumen yang telah disetujui para ahli tersebut diujicobakan pada sampel dari mana populasi diambil. Setelah data di dapat dan ditabulasikan, maka pengujian validitas ini dilakukan dengan analisis faktor yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item intrumen.⁶⁹

Hasil perhitungan menggunakan program SPSS 21.0 diperoleh hasil uji validitas yang diuji cobakan kepada 30 responden mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dengan jumlah pertanyaan 8 item pertanyaan untuk variabel X dan 7 item pertanyaan untuk variabel Y,

Dari hasil perhitungan menggunakan program SPSS 21.0, diperoleh hasil sebagai berikut:

⁶⁸Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik, Serta Ilmu-ilmu Sosial* lainnya, hal. 97-98.

⁶⁹ Riduwan, *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2010, hlm. 109.

Tabel 3.3
Keputusan validitas Motivasi konsumsi mie instan.

Item	r hitung	r tabel $\alpha = 0,05; n = 0,361$	Keputusan
1	0,679	0.361	Valid
2	0,494	0.361	Valid
3	0,429	0.361	Valid
4	0,501	0.361	Valid
5	0,633	0.361	Valid
6	0,524	0.361	Valid
7	0,462	0.361	Valid
8	0,533	0.361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah 2017.

Tabel 3.4
Keputusan validitas Situasi ekonomi

Item	r hitung	r tabel $\alpha = 0,05; n = 0,361$	Keputusan
1	0,796	0.396	Valid
2	0,522	0.396	Valid
3	0,552	0.396	Valid
4	0,596	0.396	Valid
5	0,432	0.396	Valid
6	0,503	0.396	Valid
7	0,796	0.396	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2017.

Berdasarkan dua tabel di atas dapat di lihat pada kolom r hitung, nilai korelasi yang didapat pada keputusan validitas variabel motivasi konsumsi mie instan sebesar (0,679, 0,494, 0,429, 0,501, 0,633, 0,524, 0,462, 0,533) dan nilai korelasi yang didapat pada keputusan validitas situasi ekonomi

sebesar (0,796, 0,522, 0,552, 0,596, 0,432, 0,503, 0,796) kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} , nilai r_{tabel} dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi dan jumlah data (n) =15, maka didapat r_{tabel} sebesar 0,361. Dapat dilihat bahwa seluruh item nilainya lebih besar dari nilai r_{tabel} kemudian dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen tersebut valid.

b. Reliabilitas

Kata reliabilitas dalam bahasa Indonesia diambil dari kata reliabilitas dalam bahasa Inggris, berasal dari kata reliable yang artinya dapat dipercaya. Sebuah tes dapat dikatakan dipercaya jika memberikan hasil yang tetap jika diteskan berkali-kali sebuah tes dikatakan reliable apabila hasil tes-tes tersebut menunjukkan ketetapan.

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument 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 instrument mencirikan tingkat konsistensi.

Untuk mengetahui reliabilitas seluruh tes menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Sehingga metode yang digunakan untuk menguji realibilitas dalam penelitian ini adalah rumus Cronbach's Alpha, yaitu :⁷⁰

⁷⁰ Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*.,h. 125.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Dimana:

r_{11} = Nilai Reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

k = Jumlah item

Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah di atas 0,7 (cukup baik), di atas 0,8 (baik).⁷¹

Kriteria koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut:

Antara 0,800 sampai dengan 1,00 : Sangat Tinggi

Antara 0,600 sampai dengan 0,799 : Tinggi

Antara 0,400 sampai dengan 0,599 : Cukup

Antara 0,200 sampai dengan 0,399 : Rendah

Antara 0,00 sampai dengan 0,199 : Sangat Rendah

⁷¹Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Press, 2010, 2009 hal. 190.

c. Uji Prasyarat Analisis

Uji prasyarat analisis diperlukan guna mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Beberapa teknik analisis data menuntut uji prasyarat analisis. Analisis varian memersyaratkan bahwa data berasal dari populasi yang berdistribusi normal dan kelompok-kelompok yang dibandingkan dengan homogen. Berbagai pengujian prasyarat analisis, seperti uji normalitas, uji homogenitas, uji linearitas, uji heterokedasitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas.⁷² Tetapi, dalam penelitian ini penulis menggunakan uji normalitas dengan teknik kolmogorov smirnov, grafik histogram dan p-plots, kemudian menggunakan uji teknis korelasi *product moment* dengan menggunakan program SPSS 21.0.

2. Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis korelasi *product moment* (r) dengan menggunakan program SPSS 21.0. Uji korelasi biasanya banyak digunakan dalam berbagai penelitian, mulai dari penelitian sederhana sampai cukup kompleks. Teknik korelasi *product moment* ini digunakan untuk mencari pengaruh hubungan atau pengaruh variabel X dan variabel Y. korelasi ini sering disebut korelasi sederhana atau korelasi *pearson product moment*.⁷³

⁷² Bela, *Uji Persyaratan Analisis* <http://belalangtue.wordpress.com/2010/08/05/uji-persyaratan-analisis/>, (diakses pada hari minggu, 26 Februari 2017, pada pukul 08: 00 WIB).

⁷³Riduwan & Sunarto, *Pengantar Statistik untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*, hlm. 273.

Korelasi *pearson product moment* dikembangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasinya negatif sempurna, $r = 0$ artinya tidak ada korelasi dan $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat, sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi sebagai berikut:⁷⁴

Tabel 3.5
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,000	Sangat kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,40 - 0,599	Cukup kuat
0,20 - 0,399	Rendah
0,00 - 0,199	Sangat rendah

Sumber: Riduwan.

Sedangkan untuk menentukan signifikansi dari sebuah hipotesis yang telah dirumuskan, maka diperlukan kaidah keputusan yang akan dijadikan pedoman, yaitu sebagai berikut:⁷⁵

- a. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig. atau ($0,05 \leq \text{Sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.
- b. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig. atau ($0,05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

⁷⁴Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, hal. 136.

⁷⁵Riduwan & Sunarto, *Pengantar Statistik untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*, hal. 278.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran IAIN Palangka Raya

Sejarah awal IAIN Palangka Raya dimulai dari sebuah lembaga bernama Fakultas Tarbiyah 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 Nopember 1975 Fakultas ini memperoleh status terdaftar berdasarkan surat keputusan Dirjen Binbaga Islam Depag RI Nomor: Kep/D.V218/1975. Pada periode 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 Kerja Sama 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. Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Presiden RI Nomor 9 tahun 1988 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 (IAIN) Palangka Raya. Perubahan status tersebut memberikan peluang lembaga untuk menerapkan manajemen sendiri, mengembangkan kelembagaan, jurusan dan program studi sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.⁷⁶

Perubahan STAIN menjadi IAIN Palangka Raya ditandai dengan penandatanganan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 144 Tahun 2014 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya menjadi Institut Agama Islam Negeri 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 Propinsi ini juga menawarkan potensi ekonomi besar terpendam. Berada tepat diperlintasan darat seluruh propinsi di pulau Kalimantan, Propinsi ini terdiri atas 13 kabupaten dan 1 kota. Propinsi

⁷⁶ [Http://www.iain-palangkaraya.ac.id/v2/profil-institusi/](http://www.iain-palangkaraya.ac.id/v2/profil-institusi/), diakses pada tanggal 5 Mei 2017.

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%). Walaupun terdapat berbagai agama dan suku bangsa, masing-masing bisa berdampingan secara damai dan hidup secara damai. Dalam kehidupan masyarakat lokal ada falsafah hidup “Huma Betang” atau “Rumah Panjang” yang menggambarkan toleransi kehidupan sesama antar umat beragama. Mengingat mayoritas penduduk Kalimantan Tengah adalah muslim, maka IAIN Palangka Raya mempunyai peranan penting sebagai pusat kajian keislamaan, pencetak sarjana muslim, pemelihara nilai-nilai keislaman, 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, dakwa dan sebagainya. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya memiliki lahan seluas 573.678 m² yang terdiri dari bangunan seluas 8.258 m² dan tanah yang belum memiliki bahan bangunan seluas 565.412 m². Lokasi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya cukup strategis karena berdampingan Islamic Centre yang merupakan pusat pengembangan, penyiaran Islam dan wisata religius 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.⁷⁷

Visi dan misi IAIN adalah sebagai berikut :⁷⁸

- a. Visi IAIN Palangka Raya adalah tahun 2023 menjadi universitas Islam Negeri terdepan, unggul, terpercaya dan berkarakter.
- b. Misi IAIN Palangka Raya adalah :
 - 1) Menyelenggarakan pendidikan berkelanjutan dan pelayanan administrasi yang bermutu berdasarkan standar akreditasi nasional dan internasional.
 - 2) Memberdayakan dosen, karyawan dan mahasiswa untuk pengembangan profesi secara berkelanjutan baik lokal, nasional dan internasional.
 - 3) Membangun komunikasi dan kerjasama lintas sektoral, lokal, regional, nasional dan internasional.
 - 4) Meningkatkan mutu penelitian dan pengabdian bagi kepentingan akademisi dan sosial kemasyarakatan.

2. Profil singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Keberadaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya berawal dengan dibukanya Ekonomi Syariah pada tahun 2006. Selanjutnya Program studi Ekonomi Syariah yang masih berada di naungan Jurusan Syariah STAIN Palangka Raya. Selanjutnya dengan meningkatnya minat dari tahun ke

⁷⁷ [Http://www.iain-palangkaraya.ac.id/v2/profil-institusi/](http://www.iain-palangkaraya.ac.id/v2/profil-institusi/), diakses pada tanggal 5 Mei 2017.

⁷⁸ *Ibid.*

tahun dan perkembangan Sumber Daya Manusia dibidang Ekonomi Syariah, Program Studi Ekonomi Syariah sebagai satu-satunya Program Studi Ekonomi Syariah yang terus bertransformasi, terutama pada aspek kelembagaan. Kemudian pada akhir tahun 2014 ekspektasi terhadap transformasi status kelembagaan STAIN Palangka Raya memperoleh angin segar dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 144 Tahun 2014 tentang perubahan status STAIN Palangka Raya menjadi IAIN Palangka Raya pada hari jum'at 17 oktober 2015. Dengan perubahan alih status ini, maka salah satu konsekuensi dari transformasi kelembagaan adalah penyesuaian dengan upaya dan perjuangan untuk menambah Program Studi baru, reformulasi jabatan dan lain sebagainya.⁷⁹

Setelah perubahan nama STAIN Palangka Raya menjadi IAIN Palangka Raya, Program Studi Ekonomi Syariah yang bermula dibawah naungan Jurusan Syariah, kini bernaung dibawah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah salah satu fakultas yang berada dibawah naungan IAIN Palangka Raya yang pendiriannya berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada hari kamis tanggal 12 Februari 2015. Selain Program Studi Ekonomi Syariah dengan akreditasi B, pada tahun 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

⁷⁹ Pedoman Akademik Dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya Tahun Akademik 2015, hal. 8.

IAIN Palangka Raya yang telah memiliki program studi baru, yakni Program Studi Perbankan Syariah (proses persiapan akreditasi). Pada tahun 2016 tim telah mempersiapkan 1 program studi baru lagi yaitu Program Studi Akuntansi Syariah. Fakultas ini terletak di jalan G.Obos, Kompleks Islamic Center Kota Palangka Raya, Provinsi Kalimantan Tengah. Berikut adalah visi dan misi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam :⁸⁰

a. Visi fakultas

2019 menjadi pengagas dari pusat pengkajian ekonomidan bisnis Islam yang unggul dan berkarakter di tingkat nasional.

b. Misi fakultas

- 1) Menyiapkan sumber daya manusia Indonesia yang berkualitas dibidang ekonomi dan bisnis Islam melalui kegiatan pendidikan ekonomi dan bisnis Islam yang mengakomodasi nilai-nilai kearifan lokal yang Islami, kegiatan pelatihan, kegiatan penelitian multiparadigma dan kegiatan abdimasyarakat dalam pengembangan ekonomi syariah dan ekonomi kerakyatan berbasis pada standar akreditasi nasional maupun internasional.
- 2) Membangun sinergi antara lembaga ekonomiIslam, lembaga keuangan syariah, lembaga pendidikan, dan pemerintahan dalam membumikan ekonomi dan bisnisIslam ditingkat regional dan nasional.

⁸⁰ Pedoman Akademik Dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya Tahun Akademik 2015, hal. 9-11.

- 3) Membangun jaringan dengan lembaga-lembaga internasional baik lembaga pendidikan, keuangan, riset maupun organisasi investor internasional.
- 4) Memajukan ekonomi dan bisnis Islam melalui pengkajian dan aksi penelitian terhadap berbagai potensi kreatif untuk pengembangan dan pelaksanaan ekonomi Islam, baik regional, nasional maupun internasional.
- 5) Memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat dan pemerintah baik pemikiran konstruktif maupun aksi riil dalam pembangunan ekonomi Indonesia yang berkeadilan.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berada dibawah naungan Institusi Agama Islam Negeri Palangka Raya terus berupaya merealisasikan aspek-aspek pengembangan jurusan dan program studi yang dimiliki fakultas. Untuk itu, diperlukan suatu keilmuan yang jelas tentang ruang lingkup kajian, cara mengkaji dan manfaat serta tujuan dari ilmu ekonomi dan bisnis Islam. Untuk menjelaskan ruang lingkup ilmu ekonomi dan bisnis Islam, terlebih dahulu dilihat posisi ekonomi diantara ilmu yang lain. Melihat secara umum, dibagi menjadi tiga yaitu ilmu alam (natural sciences), ilmu sosial (social sciences), dan ilmu humaniora (humanities). Selanjutnya yang termasuk dalam ilmu alam adalah matematika, fisika, ilmu bumi dan astronomi. Sedangkan ilmu humaniora memiliki ruang lingkup bahasa, budaya, ilmu bahasa, kesusteraan, pendidikan, sejarah, ilmu hukum, filsafat, arkeologi,

seni, ilmu-ilmu sosial yang humanistik. Ilmu ekonomi dan bisnis islam sebagai bagian dari ilmu sosial merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah ekonomi dan upaya meraih keberuntungan yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Dalam bahasa lain, ekonomi dan bisnis islam atau pengertian ekonomi islam, yaitu usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok atau badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip Islam.

3. Profil singkat Program Studi Ekonomi Syariah

a. Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) sebagai berikut :

Unggul di bidang akademik dan terpercaya di sektor ekonomi syariah.⁸¹

b. Misi Prodi Studi Ekonomi Syariah (ESY) sebagai berikut :

- 1) Menyiapkan mahasiswa yang unggul, berakhlak mulia, terpercaya dan ahli di sektor ekonomi syariah.
- 2) Menyelenggarakan Tri Dharma di sektor ekonomi syariah berstandar langsung akreditasi nasional dan internasional.
- 3) Membangun kerjasama lintas instansi dan penggalan dana sosial (baik dari pemerintah maupun pihak swasta) dalam dan luar negeri di sektor ekonomi syariah.⁸²

⁸¹ Pedoman Akademik Dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya Tahun Akademik 2015, hal. 31

⁸² Ibid.,

- c. Tujuan mencetak sarjana ekonomi syariah (gelar akademik S.E.Sy) sebagai ekonom syariah (tenaga pendidik ekonomi syariah, konsultan ekonomi syariah), Manager lembaga ekonomi syariah, Akuntan lembaga ekonomi syariah, dan wirausahawan dengan kompetensi : ⁸³
- a. Memiliki keahlian di bidang ekonomi syariah.
 - b. Memiliki kecakapan dan keterampilan dalam mengatur lembaga ekonomi syariah.
 - c. Mampu memberikan solusi dalam masalah ekonomi syariah.
 - d. Mampu memberikan syariah compliance.
 - e. Mahir dan mampu mendesain dan melaksanakan pengelolaan lembaga ekonomi syariah.
 - f. Mahir dan terampil di bidang akuntansi di lembaga ekonomi syariah.
 - g. Mampu mengelola usaha secara mandiri dan dapat menciptakan potensi lapangan usaha baru.

4. Profil singkat Program Studi Perbankan Syariah

- a. Visi Program Studi Perbankan Syariah sebagai berikut :
Menjadikan tenaga ahli di bidang perbankan syariah yang unggul, profesional dan berkarakter.⁸⁴
- b. Misi Program Studi Perbankan Syariah sebagai berikut :

⁸³ Pedoman Akademik Dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya Tahun Akademik 2015, hal. 32.

⁸⁴ Ibid.,

1. Menyelenggarakan pendidikan dengan pendekatan *competency based training* dan penguasaan konsep dalam bidang perbankan syariah.
 2. Menyiapkan tenaga ahli yang siap menjadi calon ekonom syariah dalam bidang perbankan syariah.
 3. Menyiapkan tenaga perbankan syariah yang memiliki wawasan dibidang administrasi yang konprehensif untuk pengembangan perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah non bank.⁸⁵
- c. Tujuan mencetak sarjana Ekonomi Syariah (Gelar akademik S.E.Sy) sebagai profesional perbankan syariah, konsultan keuangan syariah bank, bankir, dan wirausahaan dengan kompetensi:⁸⁶
1. Memiliki kemampuan sebagai pengelola perbankan syariah.
 2. Memiliki kecakapan dalam memberikan masukan (*advice*) terkait keuangan syariah.
 3. Memiliki kecakapan mengelola usaha.
 4. Mampu mendesain dan melaksanakan pengelolaan perbankan syariah.
 5. Mampu memberikan saran dan solusi terkait masalah keuangan syariah.
 6. Mampu mengelola usaha secara mandiri.

⁸⁵ Pedoman Akademik Dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya Tahun Akademik 2015, hal. 32-33.

⁸⁶ Ibid.,

B. Hasil Analisis Data Penelitian

Hasil olah data responden berdasarkan latar belakang responden di jabarkan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data responden berdasarkan tempat tinggal

Tempat Tinggal	Jumlah	Presentase
Bersama orang tua / wali	22	25,8%
Sendiri	1	1,3%
Kos	62	72,9%
Total	85	100%

Sumber: data primer yang diolah 2017.

Berdasarkan tabel 4.1 jumlah mahasiswa/mahasiswi FEBI IAIN Palangka Raya yang mengkonsumsi mie instan tinggal bersama orang tua berjumlah 22 orang dengan presentasinya 25,8%, sendiri berjumlah 1 orang dengan presentase 1,3%, kos berjumlah 62 orang dengan presentase 72,9%. Jadi total semuanya berjumlah 85 orang dengan presentasinya 100%.

Berdasarkan presentase data responden menurut tempat tinggal bisa diambil kesimpulan bahwa mayoritas mahasiswa FEBI IAIN Palangka raya yang suka mengkonsumsi mie instan merupakan anak kos yakni sebesar 62 orang dengan presentase 72,9%, dari jumlah total 85 responden mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

Hasil penelitian responden Berdasarkan pekerjaan orang tua di jelaskan sebagai berikut.

Tabel 4.2
Pekerjaan orang tua

Pekerjaan Orang tua	Jumlah	Presentase
Pegawai	32	37,6%
Wiraswasta	20	35,5%
Karyawan swasta	33	38,9%
Jumlah	85	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2017.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas untuk status pekerjaan orang tua mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya pegawai berjumlah 32 orang dengan presentase 37,6%, wiraswasta berjumlah 20 orang dengan presentase 35,5%, karyawan swasta 33 orang dengan presentase 38,9% jadi total semuanya berjumlah 85 orang dengan presentase 100%.

Berdasarkan presentase pekerjaan orang tua di atas bisa diambil kesimpulan bahwa mayoritas mahasiswa FEBI IAIN Palangka raya untuk status pekerjaan orang tua mahasiswa relatif sama namun yang tertinggi adalah sebagai karyawan swasta yakni sebesar 33 responden dengan presentase 38,9%, dari jumlah total 85 responden mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

Hasil penelitian responden berdasarkan penghasilan orang tua di jelaskan sebagai berikut.

Tabel 4.3
Penghasilan orang tua

Penghasilan Orang tua	Jumlah	Presentase
1juta-3juta	45	53%
3juta-5juta	32	37,6%
>5juta	8	9,4%
Jumlah	85	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2017.

Berdasarkan tabel 4.3 penghasilan orang tua mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya 1juta-3juta berjumlah 45 orang dengan presentase 53%, 3juta-5juta 32 orang dengan presentase 37,6%, >5juta 8 orang dengan presentase 9,4% dari jumlah total 85 responden.

Dapat disimpulkan bahwa untuk status penghasilan orang tua mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terlihat sekali perbedaannya dan yang tertinggi adalah dengan penghasilan 1juta-3 juta perbulan yakni sebesar 45 responden dengan presentase 53%. Dari jumlah total 85 responden Mahasiswa FEBI IAIN Palangaka Raya.

Hasil penelitian responden Berdasarkan pekerjaan orang tua di jelaskan sebagai berikut

Tabel 4.4
Sumber pendapatan responden

Sumber pendapatan	Jumlah	Presentase
Kiriman orang tua	67	78,8%
Bekerja Sendiri	18	21,2%
Total	85	100%

Sumber: data primer yang diolah 2017.

Berdasarkan table 4.4 diatas untuk sumber pendapatan atau sumber dana mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya kiriman orang tua 67 orang dengan presentase 78,8%, bekerja sendiri 18 orang dengan presentase 21,2% dari jumlah total 85 responden mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

Dapat disimpulkan bahwa masih banyak mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya yang menggantungkan kebutuhannya ke pada orang tua dengan jumlah sebesar 67 responden dengan presentase 78,8% dari jumlah total 85 responden mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

Data responden berdasarkan penghasilan perbulan di jelaskan sebagai berikut.

Tabel 4.5
Pendapatan/kiriman perbulan

Penghasilan Orang tua	Jumlah	Presentase
500Ribu- 1juta	58	68,2%
1juta-2juta	25	29,5%
>3juta	2	2,3%
Total	85	100%

Sumber: data primer yang diolah 2017.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas untuk pendapatan/kiriman perbulan mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya 500ribu-1juta 58 orang dengan presentase 68,2%, 1juta-2juta 25 orang dengan presentase 29,5%, >3juta 2 orang dengan presentase 2,3% dari jumlah total 85 responden dengan presentase 100% mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

Berdasarkan presentase diatas sehingga dapat disimpulkan untuk status perbulan mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terlihat sekali perbedaannya dan yang tertinggi adalah dengan penghasilan 500ribu-1juta perbulan yakni sebesar 58 responden dengan presentase 68,2% dari jumlah total 85 responden mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

1. Penyajian Data

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu motivasi konsumsi mie instan sebagai variabel X dan Situasi Ekonomi sebagai variabel Y yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel X terhadap variabel Y, maka teknik yang digunakan adalah teknik analisis Korelasi *Pearson Product Moment* (r) dengan menggunakan program SPSS 21.0. Dan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh data sebagai berikut :

a. Penyajian Data motivasi konsumsi mie instan

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap motivasi
konsumsi mie instan

NO	SS		S		N		TS		STS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	16	18,8	31	36,5	30	35,3	8	9,4	-	-	85	100
2	12	14,1	37	43,3	30	35,5	6	7,1	-	-	85	100
3	12	14,1	29	34,1	40	47,1	4	4,7	-	-	85	100
4	14	16,5	39	45,9	24	28,2	8	9,4	-	-	85	100
5	11	12,9	28	32,9	25	29,4	14	16,5	7	8,2	85	100
6	13	15,3	24	28,2	20	23,5	10	11,8	-	-	85	100
7	8	9,4	28	32,9	30	35,3	19	22,4	-	-	85	100
8	9	10,6	28	32,9	37	43,5	11	12,9			85	100

berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 85 responden mahasiswa IAIN Palangka Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Tentang tabel tabulasi data motivasi konsumsi mie instan dapat dilihat di lampiran tabel 4.7 :

Berdasarkan tabel tabulasi data motivasi konsumtif mie instan 4.7 yang terdapat dilampiran menunjukkan skoring tertinggi adalah 4,75 dan

skor terendah adalah 2,5 kemudian jumlah rata-rata motivasi konsumsi mie instan adalah 364 dengan demikian jumlah rata-rata skor motivasi konsumsi mie instan adalah 364 dibagi 85 mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya (responden) adalah 4,282.

Selanjutnya untuk mengetahui pada kualifikasi mana motivasi konsumsi mie instant tersebut dapat diketahui dengan menggunakan interval nilai yakni dengan mengurangkan rata-rata skor tertinggi = 4,75 dengan skor terendah 2,5 = dan dibagi dengan 5, untuk membuat interval dengan kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Adapun perhitungannya menurut Sudjana adalah sebagai berikut⁸⁷:

$$R = \frac{H - L}{5}$$

$$= \frac{4,75 - 2,5}{5} = 0,45$$

Perhitungan di atas dapat diperoleh interval :

1. 4.3-4,75 = kategori sangat tinggi
2. 3,85-4,3 = kategori tinggi
3. 3,4-3,85 = kategori sedang
4. 2,95-3,4 = kategori rendah
5. 2,5-2.95 = kategori sangat rendah

⁸⁷Sudjana, *Metode Statistik*, Bandung: Tarsitu, 2000, hlm. 79.

Data interval skoring variabel X tersebut, maka masing-masing kategori dapat dilihat pada tabel distribusi berikut:

Tabel 4.8
Data Interval motivasi konsumsi mie instan

No.	Interval	Kategori	F	%
1	4.3-4,75	Sangat tinggi	6	7,05
2	3,85-4,3	Tinggi	24	28,23
3	3,4-3,85	Sedang	18	21,17
4	2,95-3,4	Rendah	17	20
5	2,5-2.95	Sangat rendah	19	22,35
Jumlah			85	100

Sumber: data primer yang diolah 2017.

Tabel diatas menunjukkan kategori sangat tinggi 7,05 %, kategori tinggi 28,23%, kategori sedang 21,17%, kategori rendah 20%, kategori sangat rendah 22,35% dengan total 100%. Selanjutnya adalah menentukan distribusi kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Mengenai motivasi konsumsi mie instan maka jumlah total $364 : 85 = 4,282$ yang berarti motivasi konsumsi mie instan berada pada kategori tinggi.

b. Penyajian Data Situasi Ekonomi

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Situasi Ekonomi

NO	SS		S		N		TS		STS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	12	14,1	21	36,5	27	31,8	12	14,1	3	3,5	85	100
2	15	17,6	35	41,2	27	31,8	8	9,4	-	-	85	100
3	8	10,6	32	37,6	39	45,9	5	5,9	-	-	85	100
4	12	14,1	37	43,5	31	36,5	5	5,9	-	-	85	100
5	5	5,9	27	31,8	23	27,1	21	36,5	9	10,6	85	100
6	11	12,9	38	44,7	23	27,1	13	15,3	-	-	85	100
7	12	14,1	31	36,5	27	31,8	12	14,1	3	3,	85	100

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 85 responden mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Untuk tabel tabulasi data situasi ekonomi 4.10 dapat dilihat di lampiran: berdasarkan tabel tabulasi data situasi ekonomi yang terdapat dilampiran dapat dilihat bahwa skoring tertinggi adalah 4,85 dan skor terendah adalah 1,85 kemudian jumlah rata-rata situasi ekonomi adalah 346 dibagi 85 jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya (responden) adalah 4,070. Selanjutnya untuk mengetahui pada kualifikasi mana situasi ekonomi tersebut dapat diketahui dengan mengurangi rata-rata skor tertinggi = 4,85 dan skor terendah = 1,85 dan dibagi dengan 5, untuk membuat interval dengan kategori sangat tinggi,

tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Adapun perhitungannya menurut Sudjana adalah sebagai berikut⁸⁸:

$$R = \frac{H - L}{5}$$

$$= \frac{4,85 - 1,85}{5} = 0,6$$

Perhitungan di atas, dapat di peroleh interval :

1. 4,25-4,85 = kategori sangat tinggi
2. 3,65-4,25 = kategori tinggi
3. 3,05-3,65 = kategori sedang
4. 2,47-3,05 = kategori rendah
5. 1,85-2,47 = kategori sangat rendah

Interval skoring variabel Y tersebut, maka masing-masing interval dapat dilihat pada tabel distribusi berikut:

Tabel 4.11
Data interval situasi ekonomi

No.	Interval	Kategori	F	%
1	4,25-4,85	Sangat tinggi	9	10,59
2	3,65-4,25	Tinggi	31	36,47
3	3,05-3,65	Sedang	18	21,18
4	2,47-3,05	Rendah	24	28,23
5	1,85-2,47	Sangat rendah	3	3,53
Jumlah			85	100

Sumber: data primer yang diolah 2017.

⁸⁸ Sudjana, *Metode Statistik*, Bandung: Tarsitu, 2000, hlm. 79.

Tabel 4.11 diatas menunjukkan kategori sangat tinggi 10,59 %, kategori tinggi 36,47%, kategori sedang 21,18%, kategori rendah 28,23%, kategori sangat rendah 3,53% dengan total 100%. Setelah diketahui jarak interval, maka langkah selanjutnya adalah menentukan distribusi kategori data situasi ekonomi sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Mengenai situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya, maka jumlah total $346 : 85 = 4,070$ yang berarti situasi ekonomi berada pada kategori tinggi.

2. Hasil Analisis Data

Sebelum melakukan analisis data teknik analisis Korelasi *Pearson Product Moment* (r), terlebih dahulu melakukan normalitas data sebagai berikut :

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov* dan grafik histogram. Adapun kriteria di dalam uji normalitas data adalah apabila signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 maka dinyatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal, sedangkan apabila signifikansi lebih kecil

dari 5% atau 0,05 maka dinyatakan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.⁸⁹

Berdasarkan uji normalitas data menggunakan SPSS 21.0 diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel Motivasi konsumsi mie instant sebesar 0,513 dan untuk variabel Situasi ekonomi sebesar 0,635.

Tabel 4.12
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X	Y
N		85	85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	28,21	24,26
	Std. Deviation	4,557	4,354
Most Extreme Differences	Absolute	,115	,126
	Positive	,109	,118
	Negative	-,115	-,126
Kolmogorov-Smirnov Z		1,058	1,161
Asymp. Sig. (2-tailed)		,513	,635

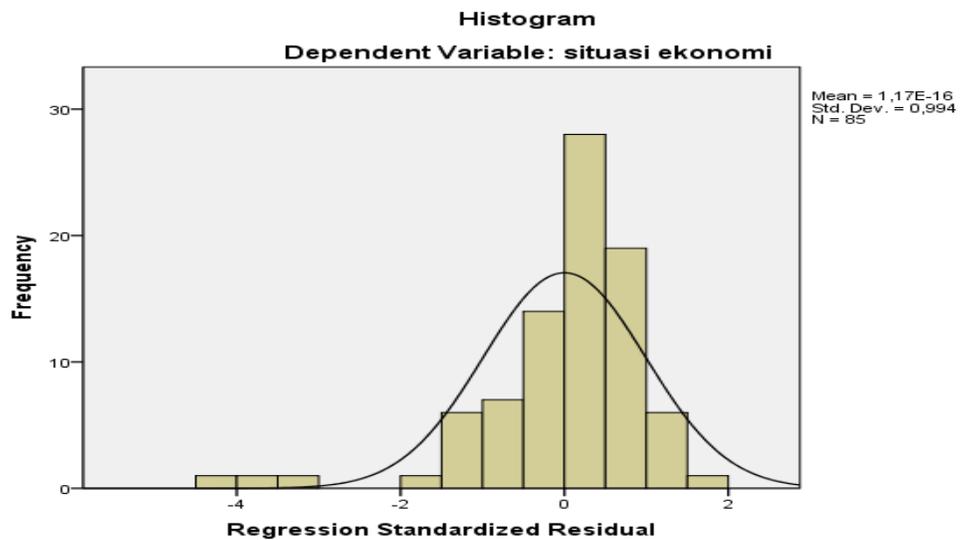
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Apabila dibandingkan dengan kriteria dalam uji normalitas data maka dapat di simpulkan nilai signifikansi kedua variabel tersebut lebih dari 5% atau 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

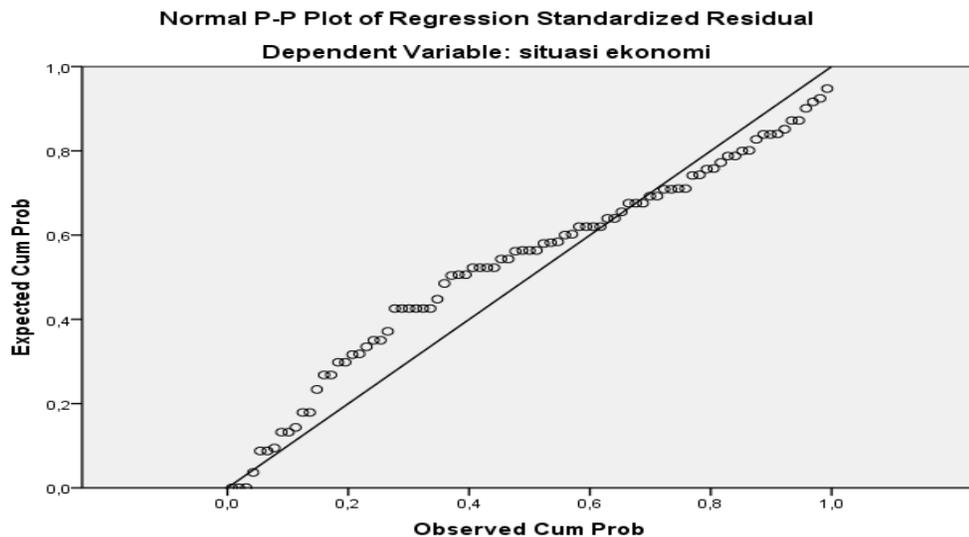
⁸⁹ Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*,, hlm. 28.

Gambar 4.13
Grafik Histogram.



Berdasarkan tampilan output chart diatas grafik histogram memberikan pola distribusi melenceng ke kanan yang artinya adalah data berdistribusi normal.

Gambar 4.14
Grafik P-Plot



Berdasarkan tampilan output chart diatas grafik PPlot terlihat titik- titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini dilakukan dengan teknik analisis Korelasi *Pearson Product Moment* (r) yang menggunakan program SPSS 21.

Tabel 4.15
Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
X	85	20	38	28,21	4,557
Y	85	13	34	24,26	4,354
Valid N (listwise)	85				

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan, diketahui hasil deskriptif dari variabel Motivasi konsumsi mie instant (X) dengan jumlah $N = 85$ responden dengan rata-rata (*mean*) sebesar 28,21 dan simpangan baku (*standar devination*) sebesar 4,557. Kemudian, hasil deskriptif dari variabel Situasi ekonomi (Y) dengan jumlah $N = 85$ responden dengan rata-rata (*mean*) sebesar 24,26 dan simpangan baku (*standar devination*) sebesar 4,354.

Berdasarkan perhitungan dari tabel 4.15, maka akan diperoleh hasil koefisien korelasi *Pearson Product Moment* (r) sebagai berikut :

Tabel 4.16
Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	,745**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	85	85
Y	Pearson Correlation	,745**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.17
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,854	2

Tabel di atas menunjukkan bahwa korelasi antara Motivasi konsumtif mie instant dengan Situasi ekonomi sebesar 0,745. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi nilai r , maka 0,745 termasuk tingkat hubungan “kuat”. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara Motivasi konsumtif mie instant dengan Situasi ekonomi. Selain itu, pada uji reliabilitas pada dua variabel (Motivasi konsumtif mie

instant dan Situasi ekonomi) diketahui sebesar 0,854. Dan hal ini menunjukkan bahwa dua variabel (Motivasi konsumtif mie instant dan Situasi ekonomi) dikatakan “sangat andal” menurut tingkat keandalan pada *cronbach alpha*. Kemudian, apabila nilai reliabilitas dibandingkan dengan nilai tabel *r product moment* maka semua data yang dianalisis reliabel dengan $r = 0,854 > r_{\text{tabel}} = 0,211$ sesuai dengan kaidah keputusan nilai $r > r_{\text{tabel}}$ maka reliabel dan apabila $r < r_{\text{tabel}}$ maka tidak reliabel.

Untuk menentukan signifikansi dari sebuah hipotesis yang telah dirumuskan, maka diperlukan kaidah keputusan yang akan dijadikan pedoman, sebagai berikut :⁹⁰

- a. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig. Atau ($0,05 \leq \text{Sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.
- b. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig. Atau ($0,05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

Hasil analisis diketahui signifikansi antara variabel Motivasi konsumsi mie instant (X) dan variabel Situasi ekonomi (Y) adalah sebesar 0,000. Berdasarkan kaidah keputusan dari hipotesis, maka nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig. Atau

⁹⁰ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis,*, hlm. 278.

($0,05 \geq 0,000$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan Motivasi konsumsi mie instant terhadap Situasi ekonomi.

Tabel 4.18
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,745 ^a	,556	,550	2,919

a. Predictors: (Constant), X

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,745 yang dapat diartikan bahwa variabel Motivasi konsumsi mie instant mempunyai hubungan sebesar 74,5% terhadap variabel Situasi ekonomi, sedangkan 25,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel Motivasi konsumsi mie instant.

C. Pembahasan

Motivasi berdasarkan pada teori Maslow menitik beratkan pada kebutuhan manusia yang dibedakan antara kebutuhan biologis dan kebutuhan psikologis, atau disebut kebutuhan materi (biologis) dan kebutuhan non materi (psikologis). Maslow menyatakan bahwa kebutuhan manusia secara hierarki semuanya ada pada diri manusia. Kebutuhan tersebut mencakup kebutuhan fisiologis (sandang pangan), kebutuhan rasa aman (bebas cahaya), kebutuhan kasih sayang, kebutuhan dihargai dan dihormati, dan kebutuhan aktualisasi diri. Hal pertama yang harus terpenuhi yakni kebutuhan biologis yakni kebutuhan akan sandang pangan dan papan.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian menunjukkan bahwa antara variabel motivasi konsumsi dengan situasi ekonomi memang memiliki hubungan. Sehingga, salah satu motivasi konsumtif mie instant menjadi faktor hubungan terjadinya situasi ekonomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Tingkat konsumsi mie instan memiliki hubungan dengan situasi ekonomi mahasiswa dikarenakan sebagian besar mahasiswa IAIN Palangka Raya khususnya mahasiswa FEBI merupakan mahasiswa yang merantau dari daerah asalnya untuk menuntut ilmu dan hanya mengharapkan dari orang tuanya di kampung halamannya, walaupun sebagian kecilnya ada yang mendapat bantuan maupun bekerja sendiri.

Hasil koefisien dibandingkan dengan interpretasi koefisien korelasi nilai r , maka 0,854 termasuk tingkat hubungan “kuat”. Hal ini menunjukkan bahwa

terjadi hubungan yang kuat antara motivasi konsumtif mie instant dengan situasi ekonomi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,745 yang dapat diartikan bahwa variabel Motivasi konsumsi mie instan mempunyai hubungan sebesar 74,5% dengan variabel Situasi ekonomi, sedangkan 25,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel Motivasi konsumsi mie instant.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa hubungan motivasi konsumsi mie instant terhadap situasi ekonomi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya memiliki hubungan dengan tingkat hubungan berada pada kategori “kuat“ dengan situasi ekonomi, hal ini berdasarkan hasil koefesin korelasi product moment yaitu sebesar 0,745. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,745 yang dapat diartikan bahwa variabel Motivasi konsumsi mie intant mempunyai hubungan sebesar 74,5% dengan variabel Situasi ekonomi, sedangkan 25,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel Motivasi konsumsi mie instant.

Kemudian hasil signifikansi antara variabel Motivasi konsunsi mie instant (X) dan variabel Situasi ekonomi (Y) adalah sebesar 0,000. Berdasarkan kaidah keputusan dari hipotesis, maka nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig. Atau ($0,05 \geq 0,000$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan Motivasi konsumsi mie instant terhadap Situasi ekonomi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan tentang motivasi konsumsi mie instan memiliki hubungan dengan situasi ekonomi, maka penulis memberikan saran kepada yang mengkonsumsi mie instan khususnya mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya. Dalam perilaku konsumsi seorang Muslim dituntut untuk bersikap sederhana tidak berlebih-berlebihan dan tidak boros. dikarenakan terlalu sering mengkonsumsi mie instan ada aspek negatifnya buat kesehatan.

Peneliti berharap untuk ada penelitian lanjutan dengan judul yang sama ataupun dengan variabel terikat yang lain dan memperluas pembahasannya. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah sampel penelitian, bukan hanya sebatas Mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya saja tetapi didaerah lainnya, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian dengan generalisasi yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani, *Sosiologi (skematika, teori dan terapan)*, Penerbit: Bumi Aksara, Jakarta, 1994.
- Abraham Kartajaya, *Marketing*, Gramedia media pustaka utama, 2004, *Motivasi Dan Kepribadian*, Jakarta: PT PBB, 1994.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktis (edisi revisi V)*, 2011.
- Bungin Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik, Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, 2010.
- Fathoni Abdurahmat, *Metode Penelitian dan Teknik Penulisan Skripsi*, Jakarta: Rieneka Cipta, 2006.
- Feist, Jess; Gregory J. Feist, *Teori Kepribadian : Theories of Personality*. Salemba Humanika, 2010.
- Hadikusumo, Kunaryo, *Pengantar Pendidikan*. Semarang: IKIP Semarang PRESS, 2000.
- Hamalik, Oemar, *Psikologi Belajar dan Mengajar*, Sinar Baru Algesindo, 2014.
- Hamjah, *Jurnal persepsi konsumsi terhadap mie instan universitas kristen Indonesia*, 2010.
- Hidayat Rahmat, Deden, Zaenudin A. Naufal, ed. *Teori dan Aplikasi Psikologi Kepribadian dalam Konseling*. Ghalia Indonesia, 2011.
- Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Ekonomi Islam (Perspektif Maqashid al-Syari'ah)*, 2011.
- Indrus Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Ishak dan Hendri, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: CV. Alfabeta, 2004.

- Iskandar, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, Jakarta: Gaung Persada Pers, 2010.
- Kartajaya, *Marketing*, Gramedia media pustaka utama, 2004.
- Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar pemasaran, jilid 1*, Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Michael, *Ekonomi Mikro*, Jakarta: Salemba empat, 2001.
- Moningka, *Konsumtif antara gengsi dan kebutuhan*, Jakarta: Erlangga, 2006.
- Nanang Marwanto, *Metedologi Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Data Sekunder Edisi Revisi*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012.
- Niewhof, *Management & Strategy*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Noor Juliansyah, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Notoatmodjo, S, *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta : Rineka Cipta, 2007.
- Nugraheni Fitri, *Hubungan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Umk*, 2015.
- Pedoman Akademik Dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya Tahun Akademik 2015.
- Plotnik, Rod; Haig Kouyoumdjian , *Introduction to Psychology, 10th Edition*. Wadsworth. 2014.
- Prasetyo Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Rawali Pers, 2011.
- Purwanto Ngalim, *Psikologi Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, 2008.

- Riduwan & Sunarto, *Pengantar Statistik untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*, 2010.
- Riduwan, *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sardiman, A.M, *Interaksi Dan Motivasi Mengajar*, Rajawali pers, 2007.
- Soleha Umdatos, *Hubungan Asal Jurusan, Status Ekonomi Orangtua, Dukungan Sosial Keluarga Dengan Motivasi Belajar Pada Mahasiswa Semester Iv*, 2013.
- Sudjana, *Metode Statistik*, Bandung: Tarsitu, 2000.
- Sudijono Anas, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- Sugiyono, *Metode Pen Elitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabet, 2012.
- Suharputra Uhar, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, Bandung: Refika Aditama, 2012.
- Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan*, Jakarta: Bumi aksara, 2004.
- Todaro, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, Edisi Kedelapan Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Wandasari Nurul, *hubungan pengetahuan ibu tentang mie instan dan perilaku konsumsi mie instan pada balita di rw. 04 perumahan villa balaraja kabupaten tangerang*, 2014.
- Winkel W.S., *Psikologi Belajar*, Yogyakarta : Media Abadi, 2004.
- Yerikho, Joshua, *Hubungan Tingkat Pendapatan Keluarga dengan Pendidikan Anak*, Jurnal Penelitian Pendidikan UPI. Bandung, 2007.
- Bela, *Uji Persyaratan Analisis* [Http://belalangtue.wordpress.com/2010/08/05/uji-persyaratan-analisis/](http://belalangtue.wordpress.com/2010/08/05/uji-persyaratan-analisis/), (diakses pada hari minggu, 26 Februari 2017, pada pukul 08: 00 WIB).

Dokter sehat, *Bahaya Makan Mie Instan*, <http://doktersehat.com/bahaya-makan-mie-instan/> (Di akses pada hari Senin 2 oktober 2017 pada pukul 11:00 WIB.)

Eko, *Anda Ingin Mie Instan Sehat*, <http://www.dream.co.id/culinary/anda-ingin-mie-instan-sehat-ini-rahasia-cara-memasaknya-151205w.html> (Di akses pada hari selasa, 17 Mei 2016, pada pukul 08 : 00 WIB).

<Http://www.iain-palangkaraya.ac.id/v2/profil-institusi/>, diakses pada tanggal 5 Mei 2017.

<Http://www.iain-palangkaraya.ac.id/v2/profil-institusi/>, diakses pada tanggal 5 Mei 2017.

<https://manfaat.co.id/manfaat-mie-instant> (Di akses pada hari Jumat pada tanggal 20 oktober 2017 pada pukul 19:53 WIB).