

Pengaruh *Love Of Money* Terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami Dengan *Locus Of Control* Sebagai Variabel *Moderating*

Ni'ma Ainun

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bone
E-mail: nimaainun02@gmail.com

Key Words:

Love of Money,
Islamic
Consumption
Behavior Patterns,
Locus of Control

Abstract: *This study aims to analyze the effect of Love of Money on Islamic Consumption Behavior Patterns with Locus of Control as a moderating variable, focusing on the community in Waetuo Village. This research employs a quantitative approach and involves 98 respondents selected using the Purposive Sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS version 25. The results of the study indicate that: (1) Love of Money does not have a significant influence on Islamic Consumption Behavior Patterns, with a significance value of 0.104, which is greater than 0.05. (2) Based on analysis using Moderated Regression Analysis (MRA), it is shown that Locus of Control can function as a moderating variable that strengthens the negative effect of Love of Money on Islamic Consumption Behavior Patterns. However, this result does not require further discussion because the moderation depends on the validity of the first hypothesis.*

Kata Kunci:

Love Of Money, Pola
Perilaku Konsumsi
Islami, Locus Of
Control

Abstrack: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Love of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami dengan *Locus of Control* sebagai variabel moderator, dengan fokus pada masyarakat di Kelurahan Waetuo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan 98 responden yang dipilih menggunakan teknik Purposive Sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Love of Money* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami, dengan nilai signifikan sebesar 0,104 yang lebih besar dari 0,05. (2) Berdasarkan analisis menggunakan *Moderated Regression Analysis (MRA)* menunjukkan bahwa *Locus of Control* dapat berfungsi sebagai variabel moderating yang memperkuat pengaruh negatif *Love of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami. Namun, hasil ini tidak memerlukan pembahasan lebih lanjut karena moderasi bergantung pada validitas hipotesis pertama.

PENDAHULUAN

Konsumsi dalam sudut pandang ekonomi Islam dapat dijelaskan sebagai suatu usaha manusia untuk memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan aktual maupun kebutuhan non-aktual, untuk dapat menyelesaikan pekerjaannya sebagai hamba Allah SWT secara maksimal. (Sukma & Canggih, 2021) Karena, perilaku konsumsi seorang Muslim harus di dasarkan pada aturan Islam.

Menurut Chotimah & Rohayati yang dikutip oleh Rarasati Dewi Aulianingrum dan Rochmawati menjelaskan bahwa ketika pengeluaran terjadi secara terus berkelanjutan dan tidak terhingga keseluruhannya hingga seseorang merasa kesulitan untuk mengontrolnya, hal ini disebabkan karena tingkat literasi keuangan seseorang tersebut masih terbilang buruk atau rendah. (Aulianingrum & Rochmawati, 2021) Indonesia masih termasuk negara dengan tingkat pengelolaan keuangan yang rendah, terutama dalam hal pengelolaan dana dan investasi.

Dalam beberapa kajian sebelumnya, perilaku konsumsi baik individu maupun masyarakat dipandang dari sudut pandang yang berbeda, misalnya tidak masuk akal, materialistis, tidak wajar, dan bersifat pemenuhan kebutuhan. (White et al., 2019) Dalam



beberapa penelitian yang berbeda, konsumsi umumnya tidak dilakukan berdasarkan sudut pandang ini namun dilakukan karena alasan yang berbeda.(Hasan et al., 2021)

Menurut Mannan dan Sonhadji yang dikutip oleh Damayanti menjelaskan bahwa di dalam Ekonomi Islam telah ditawarkan terkait prinsip keseimbangan. Individu yang termasuk dalam kelompok menengah atau kaya tidak di perbolehkan mengonsumsi barang atau jasa melebihi kapasitasnya. Norma-norma yang menjadi landasan perilaku dalam perintah Islam terkait konsumsi adalah konsep keadilan, kebersihan, sederhana, dermawan dan moralitas.(Damayanti & Canggih, 2021) Namun yang menjadi titik permasalahan yaitu terletak pada bagaimana cara masyarakat mengatur keuangannya dalam berkonsumsi secara Islami. Dalam hal ini, merujuk untuk pola perilaku konsumsi produktif seperti investasi, *saving* (menabung), menafkahi keluarga, belanja sosial (sedekah) dan lain sebagainya, atau untuk jenis konsumsi akhir seperti belanja boros, mubazir dan untuk memenuhi keinginan semata.

Menurut laporan perekonomian Provinsi Sulawesi Selatan bahwa Kabupaten Bone adalah salah satu daerah di Provinsi Sulawesi Selatan yang mengalami peningkatan pola konsumsi Rumah Tangga (RT). Berikut data indeks pengeluaran (konsumsi) masyarakat/Rumah Tangga (RT) kabupaten Bone sejak 2019-2020 :(BPS, 2021)

Tabel 1
Indeks Pengeluaran/Daya Beli (Persen)
Di Kabupaten Bone

Kabupaten	Indeks Pengeluaran/Daya Beli (Persen)		
	2018	2019	2020
Bone	65.83	66.76	66.79

Sumber : Data diolah, BPS Kabupaten Bone 2021

Dari tabel tersebut dapat kita lihat bahwa indeks pengeluaran (konsumsi) masyarakat yang berada di Kabupaten Bone meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2018 daya beli masyarakat Kabupaten Bone yaitu sebesar 65.83%, lalu pada tahun 2019 meningkat menjadi 66.76% dan terakhir pada tahun 2020 daya beli masyarakat menjadi 66.79%.

Kondisi ekonomi yang meningkat akan berpengaruh pada perilaku konsumtif seseorang, sehingga dalam hal ini diperlukan kontrol diri atau locus kendali agar mampu meminimalisir dampak buruk pada pengelolaan keuangan pribadi. Konsep *Locus Of Control* pertama kali diperkenalkan oleh Rotter pada tahun 1996, yang merupakan seorang pakar dalam teori pembelajaran sosial. *Locus Of Control* merujuk pada pandangan seseorang terhadap suatu kejadian, yakni apakah mereka mampu mengelola peristiwa yang terjadi pada diri mereka. Konsep ini juga mencerminkan sejauh mana individu merasa memiliki kendali atas kehidupan dan pilihan keuangan mereka.(AS, 2020) Masalah ini dikenal sebagai locus kendali atau kontrol diri. *Locus Of Control* sendiri terbagi menjadi dua, yaitu *Locus Of Control* internal dan *Locus Of Control* eksternal.(Saguni, 2022)

Melihat pentingnya uang dalam kehidupan manusia kemudian memicu manusia merasa tidak bisa hidup tanpa adanya uang. Kecintaan seseorang terhadap uang sering diartikan negatif oleh masyarakat bahkan ada golongan tertentu yang menganggapnya sebagai tabu. Semua orang memiliki *Love Of Money*, namun tidak sedikit yang menganggap uang sebagai tujuan paling penting dalam kehidupan.(Friscilla & Nugroho, 2020) Bahkan ada beberapa orang menempatkan “nilai” tertinggi pada uang yang lebih penting dari pada Tuhan,

keluarga, teman, orang dan sebagainya. Seseorang akan melakukan apapun untuk menghasilkan uang.

Salah satu penelitian yang membahas tentang sikap cinta uang yang kemudian menghubungkannya dengan perilaku pengelolaan keuangan pribadi yaitu penelitian yang dilakukan oleh Irwan Fathurrahman, Ichi dan Asep Kurniawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku mencintai uang (*Love Of Money*) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi UMKM di Kabupaten Subang. Hal ini berarti pelaku UMKM di wilayah tersebut cenderung memiliki perilaku *Love Of Money* yang tinggi. Individu dengan *Love Of Money* yang tinggi biasanya menganggap uang sangat penting dan percaya bahwa uang dapat memberikan kebahagiaan karena dapat menjadi motivasi untuk bekerja lebih keras serta sebagai indikator pencapaian mereka. (Ichi & Kurniawan, 2020) Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Felisia Anggreni Simange, Ivonne S. Saerang dan Joubert B. Maramis bahwa variabel *Love Of Money* ternyata tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengelolaan keuangan dan perilaku konsumsi seseorang. (Simange et al., 2022) Penelitian ini sesuai dengan temuan Rudy, dkk. yang menyatakan bahwa sikap *Love Of Money* tidak memiliki pengaruh signifikan pada pengelolaan keuangan serta pola konsumsi seseorang.

Terdapat salah satu kelurahan di Kecamatan Tanete Riattang Timur, Kabupaten Bone yaitu Kelurahan Waetuo dengan kondisi ekonomi yang beragam serta memiliki semangat kerja yang tinggi. Berdasarkan pra survei dan pengambilan data yang dilakukan peneliti dari Kantor Kelurahan Waetuo di Kecamatan Tanete Riattang Timur, ditemukan bahwa masyarakat kelurahan Waetuo memiliki banyak sumber daya yang dapat dikelola dengan baik sehingga masyarakat memiliki banyak jenis pekerjaan. Di sisi lain, munculnya fenomena atau gejala tersebut di masyarakat kemudian bertemu dengan stigma negatif masyarakat tentang ketamakan, serakah, malas bersedekah dan sebagainya.

Dalam teori *Love of Money* yang dikemukakan oleh Tang dan Chiu, bahwa sikap dengan *Love of Money* yang tinggi berhubungan erat dengan konsep tamak, serakah, kikir, malas bersedekah bahkan sering dikaitkan dengan perilaku yang kurang etis. Namun, berdasarkan pra survei yang dilakukan peneliti pada masyarakat Kelurahan Waetuo, bahwa meskipun masyarakat Kelurahan Waetuo memiliki sikap *Love of Money* tinggi mereka tidak menunjukkan ciri-ciri perilaku yang tidak etis dan pengelolaan keuangan yang buruk. Namun di sisi lain, tentunya masih terdapat sebagian kecil masyarakat yang belum begitu paham terkait seberapa besar seseorang mencintai uang dan apakah individu tersebut menunjukkan *Love Of Money* yang tinggi atau rendah. Karena pentingnya uang memiliki tafsiran yang berbeda antar masyarakat, maka teori dari Tang hadir untuk mengukur bagaimana individu merespons secara subjektif terhadap uang (Ni'ma Ainun, 2023)

Memperhitungkan adanya perbedaan hasil dari responden yang berbeda dalam penelitian sebelumnya, maka topik kecenderungan individu terhadap uang menjadi menarik untuk diteliti lebih dalam dengan melibatkan sampel responden yang lebih luas lagi yaitu dengan menawarkan variabel *Love of Money* sebagai variabel X dan Pola Perilaku Konsumsi Islami masyarakat khususnya di Kelurahan Waetuo sebagai variabel Y, karena sejauh ini belum banyak penelitian terkait fenomena tersebut. Selain itu, di kelurahan Waetuo sendiri perilaku masyarakat masih menarik untuk diteliti lebih lanjut, terutama sikap kecintaan masyarakat terhadap uang dan pengaruhnya terhadap pola perilaku konsumsi Islami. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang

berjudul “Pengaruh *Love Of Money* Terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami dengan *Locus Of Control* sebagai Variabel *Moderating* (Studi pada Masyarakat Kelurahan Waetuo)”.

Berdasarkan perumusan tersebut maka tujuan yang penelitian ini ialah” (1) Untuk menganalisis *pengaruh Love Of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami. (2) Untuk menganalisis *Locus Of Control* dalam memoderasi pengaruh *Love Of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Adapun Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan metode survei. Penelitian asosiatif menurut Sugiyono adalah penelitian yang bertujuan untuk menemukan pengaruh, keterkaitan, atau hubungan antara dua variabel atau lebih. (Sugiyono, 2017) Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu lokasi atau tempat peneliti akan mengumpulkan data yang akurat. Lokasi pengumpulan data dari penelitian ini adalah di Kelurahan Waetuo, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan dengan waktu penelitian dimulai pada bulan Juni 2023 hingga Februari 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal Kelurahan Waetuo. Berdasarkan data Laporan Kependudukan, jumlah populasi di Kelurahan Waetuo yaitu sebanyak 4.336 orang. Metode *Stratified Sampling* (Sampel Berstrata) menjadi bagian dari metode *Probability Sampling*. Pengambilan sampel menggunakan Metode sampel heteros yaitu teknik pengambilan sampel dengan sampel diambil dari populasi yang tidak homogen atau memiliki karakteristik yang beragam dengan hasil jumlah sampel terdiri dari 98 responden berdasarkan penggunaan rumus *Slovin*. (Lubis & Sabrina, 2019) Kemudian dalam teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi dokumentasi. Alat untuk menganalisis data menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0 for Windows. SPSS singkatan dari *Statistical Package for the Social Sciences* merupakan *software* khusus untuk pengolahan data statistik, seperti Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi, dan Uji Regresi Linear Sederhana. Dalam penelitian ini akan mengevaluasi hubungan *Love Of Money* sebagai variabel independen pada Pola Perilaku Konsumsi Islami, melalui *Locus Of Control* sebagai moderator.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Hasil uji asumsi klasik

Normalitas

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.78466199
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.041
	Negative	-.070
Test Statistic		.070

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
------------------------	---------------------

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer(angket) diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian normalitas yang ditampilkan, bahwa nilai *Asymp Sig* (2-tailed) yaitu sebesar 0,200 > 0,05. Oleh karena itu, distribusi nilai residual bernilai normal yang berarti menunjukkan tidak ada data yang terlalu tinggi dan terlalu rendah atau ekstrem. Ini mengindikasikan bahwa tidak ada kesalahan dalam pengumpulan atau input data penelitian.

Hasil uji asumsi klasik

Reliabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabel
<i>Love Of Money</i>	0,832	Reliabel
Pola Perilaku Konsumsi Islami	0,905	Reliabel
<i>Locus Of Control</i>	0,628	Reliabel

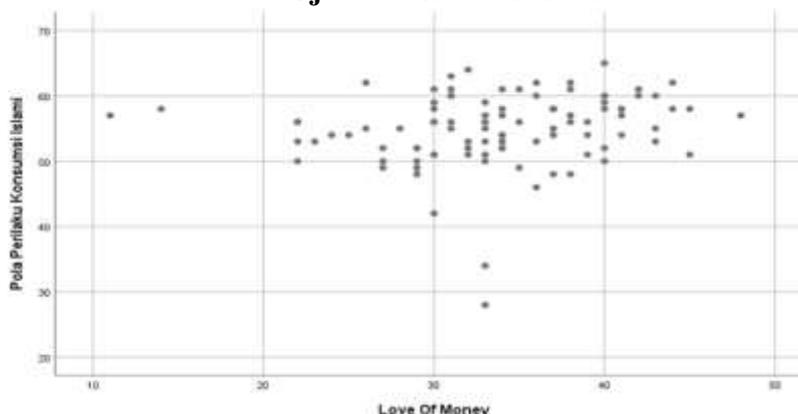
Sumber: Data primer (angket) diolah, 2023

Hasil output *Reliability Statistic* di atas, semua konstruk menampilkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dengan demikian, variabel *Love of Money*, Pola Perilaku Konsumsi Islami, dan *Locus Of Control* bersifat reliabel serta layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil uji asumsi klasik

Heteroskedastisitas

Gambar 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer(angket) diolah, 2023

Hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan pada gambar di atas menunjukkan grafik *scatter plot* SRESID terhadap ZPRED menunjukkan sebaran titik secara acak di atas dan di

bawah garis nol pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terlihat adanya pola heteroskedastisitas pada model regresi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut dapat diandalkan untuk memprediksi Pola Perilaku Konsumsi Islami masyarakat Kelurahan Waetuo berdasarkan sikap *Love of Money* dan *Locus Of Control*.

Hasil uji hipotesis

Uji t (Parsial)

Tabel 4
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	50.190	2.956		16.977	.000
<i>Love Of Money</i>	.141	.086	.165	1.639	.104

a. Dependent Variable: Pola Perilaku Konsumsi Islami

Sumber: Data primer(angket) diolah, 2023

Dari hasil uji, dapat disimpulkan bahwa nilai p-value atau *sig* variabel *Love Of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami adalah 0,104, lebih besar dari tingkat *sig* 0,05. Sedangkan nilai t_{hitung} sebesar 1,639 menunjukkan nilai yang lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,664 yang diperoleh dari rumus (α ; n-k) dengan hasil (0,05; 98-1). Oleh karena itu, sikap cinta terhadap uang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Pola Konsumsi Islami karena nilai *sig* yang lebih besar dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$. Maka dari itu, hipotesis H_0 diterima dan hipotesis atau H_1 ditolak.

Hasil uji hipotesis

Uji regresi linear sederhana

Tabel 5
Uji Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	50.190	2.956		16.977	.000
<i>Love Of Money</i>	.141	.086	.165	1.639	.104

a. Dependent Variable: Pola Perilaku Konsumsi Islami

Sumber: Data primer(angket) diolah, 2023

Hasil pengujian regresi linear sederhana yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

$$Y = 50.190 + 0.141 + 0.1$$

1. Nilai konstanta sebesar 50.190 berarti bahwa jika nilai X (*Love Of Money*) adalah 0, maka nilai Y (Pola Perilaku Konsumsi Islami) akan menjadi negatif, yaitu sebesar 50.190.

2. Nilai dari koefisien regresi untuk variabel (X) *Love Of Money* yaitu sebesar 0,141 yang berarti bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan dalam variabel (X) *Love Of Money* akan menimbulkan peningkatan sebesar 0,141 satuan terhadap nilai variabel Pola Perilaku Konsumsi Islami, dengan nilai variabel bebas lainnya yang dianggap tetap.

Hasil Uji Hipotesis

Moderate Regression Analysis (MRA)

Persamaan Regresi Model *Moderated Regression Analysis (MRA)*:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 |X_1 - X_2| + e$$

Tabel 6
Model Moderated Regression Analysis (MRA)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.296	19.428		.890	.376
	<i>Love Of Money</i>	.454	.578	.532	.785	.435
	<i>Locus Of Control</i>	1.964	.985	1.033	1.993	.049
	X1.X2	-.024	.029	-.796	-.825	.412

a. Dependent Variable: Pola Perilaku Konsumsi Islami

Sumber: Data primer(angket) yang diolah, 2023

Hasil analisis dan output SPSS menunjukkan bahwa variabel *Love Of Money* yang diprosikan dengan Pola Perilaku Konsumsi Islami memiliki nilai koefisien sebesar 0,454 dengan tingkat signifikansi 0,435. Hal ini menunjukkan bahwa *Love Of Money* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Locus Of Control*. Di sisi lain, variabel *Locus Of Control* memiliki koefisien 1,964 dengan tingkat signifikansi 0,049 yang menunjukkan bahwa *Locus Of Control* memiliki pengaruh signifikan terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami. Variabel *Moderating* ($|X_1 - X_2|$) memiliki koefisien sebesar -0,024 dengan tingkat signifikansi 0,412. Berdasarkan temuan ini, *Locus Of Control* dapat dianggap sebagai variabel *Moderating* dalam hubungan antara *Love Of Money* dan Pola Perilaku Konsumsi Islami di masyarakat Kelurahan Waetuo.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.165 ^a	.027	.017	5.527

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data primer(angket) yang diolah, 2023

Dalam analisis regresi linear sederhana yang dilakukan sebelumnya, koefisien determinasi (R^2) diuji dan hasilnya menunjukkan nilai *adjusted R²* yaitu 0,027 atau 2,7%. Hal ini menunjukkan 2,7% dari Pola Perilaku Konsumsi Islami di masyarakat Kelurahan Waetuo disebabkan oleh sikap *Love Of Money*. Sementara itu, 97,3% dari variasi Pola Perilaku Konsumsi Islami disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Melalui MRA

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	.587 ^a	.344	.331	4.561

a. Predictors: (Constant), XZ, X

Sumber: Data primer(angket) yang diolah, 2023

Melalui pengujian MRA, penelitian ini juga menganalisis jumlah nilai koefisien determinasi (R^2) secara keseluruhan. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai *adjusted R²* yang awalnya hanya 0, 027 atau 2,7% meningkat menjadi 0,344 sebesar 34,4%. Jadi, sebesar 34,4% Pola Perilaku Konsumsi Islami disebabkan oleh perilaku *Love Of Money* dan X.Z. Sementara itu, 65,6% Pola Perilaku Konsumsi Islami disebabkan dari beberapa variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Love Of Money* Terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Kelurahan Waetuo cenderung setuju dengan konsep *Love Of Money*, yang mencakup kekayaan, motivasi, kesuksesan, dan pentingnya uang. Namun, hal tersebut tidak selalu berdampak langsung pada Pola Perilaku Konsumsi Islami mereka. Dengan demikian, pengujian regresi ini mengindikasikan bahwa hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka dari itu variabel *Love Of Money* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami. Temuan ini konsisten dengan penelitian Felisia Anggreni Simange, Ivonne S. Saerang, dan Joubert B. Maramis, yang mengindikasikan bahwa *Love Of Money* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan dan perilaku konsumsi individu. Penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian Rudy dkk, yang menyimpulkan bahwa tingkat *Love Of Money* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi serta pola konsumsi seseorang

Sikap masyarakat Kelurahan Waetuo cenderung memiliki prioritas utama pada pemenuhan kebutuhan pokok, seperti sandang, pangan, pakaian, dan tempat tinggal dan lainnya. Faktor ekonomi dasar ini menjadi pendorong utama dalam pembentukan pola perilaku konsumsi mereka. Dalam hal ini, *Love Of Money* atau sikap kecintaan seseorang terhadap uang bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumsi. Hal ini juga sejalan dengan teori Kebutuhan oleh Imam Syatibi terkait kebutuhan *Dharuriyat*, bahwa segala upaya yang secara langsung mendukung atau mengarah kepada pencapaian kelima aspek utama maqashid syariah dapat disebut sebagai masalah *dharuriyyah*. Jadi bisa disimpulkan bahwa Masyarakat Kelurahan Waetuo lebih mengutamakan untuk pemenuhan kebutuhan primer, kemudian setelah terpenuhi

seluruh aspek kebutuhan primer tersebut mereka akan beralih untuk memenuhi kebutuhan sosial yaitu kebutuhan pengakuan dari masyarakat atau sosial lainnya. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Love Of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami pada masyarakat di Kelurahan Waetuo.

2. Pengaruh *Love Of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami dengan *Locus Of Control* sebagai variabel *Moderating*

Hasil analisis data dengan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan variabel *Locus Of Control* yang berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *Love Of Money* dan Pola Perilaku Konsumsi Islami. Namun, pembahasan hasil analisis data dari hipotesis kedua tidak diperlukan lagi karena hipotesis pertama telah ditolak dalam penelitian ini. Meskipun demikian, berdasarkan analisis data tersebut, terbukti bahwa nilai *R square* atau pengaruh *Love Of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami yang dimoderasi oleh *Locus Of Control*.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan Hipotesis 2 (H_2). Dalam hal ini menunjukkan bahwa meskipun terjadi kenaikan *R Square* dari pengujian model 1 kemudian model 2. Tetapi persentase kenaikannya sangat kecil. Interpretasi dari kenaikan tersebut bahwa dengan adanya variabel *Locus Of Control* (*moderating*) belum dapat memperkuat hubungan *Love Of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami. Hasil penelitian ini didukung Tio Prasetyo (2020) yaitu *Locus Of Control* internal tidak dapat memoderasi kompetensi dosen terhadap tingkat pemahaman komputerisasi akuntansi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur.

Hasil temuan ini juga didasarkan pada *Social Learning Theory*, yang mengacu pada aspek kepribadian dan mencerminkan harapan umum individu mengenai pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap kesuksesan, keberhasilan, pujian, dan hukuman dalam hidup mereka. Sehingga dalam penelitian ini membuktikan bahwa masyarakat Kelurahan Waetuo memiliki sikap positif terhadap uang dan sebagian besar mampu menerapkan *Locus Of Control* dengan baik.

Dengan demikian, kesimpulan dari analisis data tersebut bahwa variabel *Locus Of Control* (*moderating*) tidak dapat memperkuat hubungan *Love Of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa analisis data tersebut tidak memerlukan pembahasan lebih lanjut, mengingat karena penelitian moderasi ini bergantung pada validitas hipotesis pertama. Oleh karena itu, jika hipotesis pertama ditolak, hipotesis kedua terkait moderasi tidak lagi relevan atau penelitian moderasi dianggap tidak berhasil.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang meneliti bagaimana *Love Of Money* mempengaruhi Pola Perilaku Konsumsi Islami di masyarakat Kelurahan Waetuo, dengan memanfaatkan *Locus Of Control* sebagai variabel *Moderating* dan melibatkan 98 responden, maka berikut adalah simpulan dari penelitian ini:

1. *Love of money* tidak berpengaruh positif terhadap pola perilaku konsumsi Islami di Kelurahan Waetuo. Meskipun masyarakat di sana memiliki sikap positif terhadap uang, mereka tetap mampu mengatur pengeluaran dengan seimbang.
2. Hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa meskipun ada sedikit peningkatan *R Square* dari model 1 ke model 2, peningkatannya sangat kecil. Ini mengindikasikan bahwa *locus of control* sebagai variabel *moderating* belum

memperkuat hubungan antara *love of money* dan pola perilaku konsumsi Islami, sehingga tidak diperlukan pembahasan lebih lanjut karena moderasi tergantung pada validitas hipotesis pertama.

REKOMENDASI

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menitikberatkan atau menganalisis lebih dalam pada penelitian faktor-faktor lain yang dianggap potensial memengaruhi hubungan antara *Love Of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami. Selain itu, peneliti berikutnya juga diharapkan dapat mengeksplorasi peran faktor-faktor moderasi lain yang mungkin memengaruhi atau memperkuat korelasi antara *Love Of Money* terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islami.

REFERENSI

- AS, S. (2020). Locus of Control dan Kepuasan Kerja (Studi Pada Driver Transportasi Online Kota Jambi). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(1), h. 2. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i1.123>
- Aulianingrum, R. D., & Rochmawati. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 15(2), h. 189.
- Damayanti, F. D. W., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran ShopeePAY Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1906.
- Frischilla, Y., & Nugroho, P. I. (2020). Love of Money, Machiavellian dan Persepsi Etis: Analisis Berdasarkan Perspektif Gender. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(2), h. 223.
- Hasan, M., Arisah, N., & Rahmatullah. (2021). Literasi Ekonomi dan Pola Perilaku Konsumsi Masyarakat Kelas Menengah Ke Bawah Di Era Adaptasi Kebiasaan Baru. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), h. 58.
- Icih, I. F., & Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Love of Money, dan Pengetahuan Laporan Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan UMKM di Wilayah Kabupaten Subang. *Journal of Accounting for Sustainable Society*, 02(01), h. 41.
- Lubis, A., & Sabrina, H. (2019). Pengaruh Loyalitas Dan Integritas Terhadap Kebijakan Pimpinan Di Pt. Quantum Training Centre Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), h. 21.
- Saguni, F. (2022). Pengaruh Locus of Control dan Perilaku Prosocial Mahasiswa UIN Datokarama Palu. *Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 10(2), h. 163.
- Simange, F. A., Saerang, I. S., & Maramis, J. B. (2022). Pengaruh pengetahuan keuangan terhadap pengelolaan karyawan single di Kota Manado dengan love of money sebagai variabel intervening. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), h. 478.
- Badan Pusat Statistik. *Indeks Pengeluaran/Daya Beli (Persen), 2018-2020*. Diambil 8 Juli 2023, dari <https://bonekab.bps.go.id/indicator/26/69/1/indeks-pengeluaran-daya-beli.html>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukma, M. N., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), h. 209.
- White, K., Habib, R., & Hardisty, D. J. (2019). How to Shift Consumer Behaviors to Be

More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework. *Journal of Marketing*, 83(3), h. 22.