

**PERILAKU KONSUMTIF**  
**SANTRI PONDOK PESANTREN PABELAN**  
**MAGELANG JAWA TENGAH**



**SKRIPSI**

Ditujukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Disusun Oleh:**

**Muhammad Abdul Aziz**  
**NIM.10540074**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

**2016**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Abdul Aziz  
NIM : 10540074  
Jurusan : Sosiologi Agama  
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
Alamat rumah : Dawunan, Madyocondro RT: 02/RW:02  
Secang, Magelang, Jawa Tengah  
Alamat di Yogyakarta : Perum Winong RT:13/RW:03 Peggan Kota  
Gede D. I. Yogyakarta.  
Telp./Hp. : 0856-6408-0470  
Judul : Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren  
Pabelan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

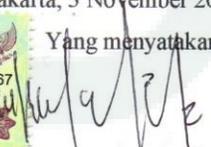
1. Skripsi yang saya ajukan adalah benar **asli** karya ilmiah yang saya tulis sendiri.
2. Bilamana skripsi telah dimunaqasyahkan dan diwajibkan revisi, maka saya bersedia dan sanggup merevisi dalam waktu 2 (dua) bulan terhitung dari tanggal munaqasyah. Jika ternyata lebih dari 2 (dua) bulan revisi skripsi belum terselesaikan maka saya bersedia dinyatakan gugur dan bersedia munaqasyah kembali dengan biaya sendiri.
3. Apabila di kemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya ilmiah saya (plagiasi), maka saya bersedia menanggung sanksi dan dibatalkan gelar kesarjanaan saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 3 November 2016



Yang menyatakan,

  
**Muhammad Abdul Aziz**  
NIM:10540074



**SURAT KELAYAKAN SKRIPSI**

Dosen: Dra. Hj. Nafilah Abdullah, M.Ag  
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

=====

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi Saudara Muhammad Abdul Aziz  
Lamp. : -

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Abdul Aziz  
NIM : 10540074  
Jurusan/Prodi : Sosiologi Agama  
Judul Skripsi : Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Pabelan

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Jurusan/Prodi Sosiologi Agama pada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini saya mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Untuk itu, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 3 November 2016  
Pembimbing,

Dra Hj. Nafilah Abdullah M.Ag.  
NIP. 195306111986032001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM  
Jl. MarsdaAdisujiptoTelp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta

PENGESAHAN TUGAS AKHIR  
Nomor : B- 094 / Un. 02 / DU. / PP. 05.03/01/ 2016

Tugas Akhir dengan Judul : PERILAKU KONSUMTIF SANTRI PONDOK PESANTREN  
PABELAN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD ABDUL AZIZ  
Nomor Induk Mahasiswa : 10540074  
Telah diujikan pada : Jum'at, 30 Desember 2016  
Nilai Ujian Tugas Akhir : 90 (A-)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR  
Ketua Sidang/Penguji I

Dra. Hj. Nafilah Abdullah, M.Ag  
NIP. 19530611 198603 2 001

Penguji II

Dr. Nurus Sa'adah, S.Si.,Psi  
NIP. 19741120 200003 2 003

Penguji III

Dr. Phil. Al Makin, S.Ag.,M.A  
NIP. 19691017 200212 1 001

Yogyakarta, 30 Desember 2016  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
D E K A N



Dr. Alim Roswanto, M.Ag  
NIP. 19681208 199803 1 002

## HALAMAN MOTTO

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ

Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh, mereka itu adalah sebaik-baik makhluk. (QS. Al Bayyinah: 7)<sup>1</sup>

من خرج في طلب العلم فهو في سبيل الله حتى يرجع

“Barang Siapa yang keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang”.(HR. Turmudzi)<sup>2</sup>

**Usaha, Ikhtiar, Doa... (Penulis)**

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema 2010), hlm. 595

<sup>2</sup> Ibnu Hylmi, “Pahala Amal Ibadah”, dalam <http://Ibnuhylmi.blogspot.co.id>, Tanggal 1 Oktober 2016

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

Allah SWT

Kedua orang tua ku tercinta bapak dan ibuku  
tersayang

Almamaterku UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Pondok Pesantren Pabelan

## ABSTRAK

Peneletian ini berjudul “Perilaku Konsumtif Santri Pondok pesantren Pabelan”. Sesuai dengan ajaran agama Islam yang tertulis pada QS. Al-Isra’ ayat 27 berbunyi “janganlah kalian menghambur-hamburkan harta. Sesungguhnya orang-orang yang memubazirkan hartanya adalah saudara setan” dapat menjadi pedoman di tengah maraknya budaya konsumtif yang melanda masyarakat Indonesia. Budaya konsumtif menyebar begitu cepat seiring perkembangan informasi dan teknologi kelapisan masyarakat dari berbagai golongan. Salah satunya golongan yang mengetahui dan mengajarkan agama (ustad). Hal ini terlihat dari kelakuannya yang kontroversial, seperti memasang tarif dakwah dan tukang koleksi mobil mewah.

Pondok Pesantren Pabelan sebagai salah satu lembaga pendidikan agama yang tidak menutup diri dari perkembangan informasi teknologi menarik untuk diteliti terkait perilaku konsumtif santri. Pendapat yang digunakan untuk melihat perilaku santri Pabelan mengacu pada Sumartono tentang 8 (delapan) ciri perilaku konsumtif. Sedangkan untuk melihat faktor-faktor penyebab munculnya perilaku konsumtif menggunakan Kottler dan Amstrong yang menyebut pekerjaan dan situasi ekonomi dapat mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif. Sedangkan menurut Kotler yang mempengaruhi perilaku konsumtif faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan menggunakan pendekatan sosiologi yang jenisnya kualitatif. Metode pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang akan diurai secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan; *Pertama*, jika terkait dengan hal-hal yang bersifat fungsi dari barang, para santri memilih untuk membeli barang atau produk dengan harga mahal asalkan kualitas produk tersebut menjamin. *Kedua*, santri Pabelan membeli produk dengan kemasan yang bagus. Sebab, bagus dan tidaknya kemasan menjadi indikator kualitas isi dan professional suatu perusahaan. *Ketiga*, santri Pabelan membeli produk tidak mendasarkan pada simbol tertentu. Produk yang dibeli itu tidak dikaitkan dengan status sosial yang melekat pada produk itu. Dari tiga temuan di atas, santri Pabelan belum bisa dikatakan konsumtif. Akan tetapi, potensi untuk mengarah ke konsumtif ada. Faktor dari dalam diri santri berpotensi mengarahkan santri Pabelan berperilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari pola hidup santri yang ada sebelum masuk ke pondok. Faktor keluarga Santri dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif jika santri Pabelan banyak yang berasal dari keluarga yang terbiasa hidup konsumtif. Maka dampak yang muncul yaitu santri akan memiliki perilaku konsumtif dan sifat boros dalam membeli barang belanjaan dan kebutuhan.

## KATA PENGANTAR

*Asalamualaikum,. Wr. Wb.*

Alhamdulillahirobbilalamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kasih sayang, rahmat, karunia, dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Telah mewariskan ilmu serta penuntun hidup yang mencerahkan umat manusia, kepada para sahabat tabiin dan para penerus perjuangan mereka. Amin.

Atas karunia dan nikmat yang melimpah dari Allah SWT. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul *Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah* untuk diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penyusunan Skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa ada bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh sebab itu melalui kesempatan ini selayaknya penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Drs.KH. Yudian Wahyudi Asmin, MA, Ph. D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Alim Ruswanto M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga.

3. Dr. H Adib Sofia, S.S.,M.Hum. Selaku Ketua Jurusan Sosiologi Agama yang telah memberikan semangat motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Hj. Nafilah Abdullah, M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi, dengan penuh kesabaran,keikhlasan dan ketulusannya meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberi bimbingan, arahan dan saran kepada penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak/ Ibu Dosen Program Studi Sosiologi Agama yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam.
6. Almakin, Ph.D. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selama ini telah memberikan ilmu, pengalaman, bimbingan, dan memberikan motivasi selama kuliah di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
7. Seluruh staf dan karyawan prodi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, yang telah memberikan penulis masukan dalam menyelesaikan tugas Skripsi ini.
8. Kedua orang tuaku yang tersayang ayahanda Joko Triyono dan Ibunda tercinta Sarjiyem, yang telah berjuang dengan segala kemampuannya dengan tanpa mengenal lelah, baik doa maupun materi demi kelancaran studi untuk anaknya selama menuntut ilmu ditanah rantau. Terimakasih juga kepada keluarga besar dan saudara-saudaraku. Selalu memberikan doa dan motivasinya. Semoga Allah SWT. Membalas dengan segala kasih sayang dan kebaikan beliau semua. Amin.

9. Bapak KH. Ahmad Najib Amin selaku Kepala Pimpinan Pondok Pesantren Pabelan Magelang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian ini dari awal hingga akhir tugas ini selesai. Keluarga Besar Pondok Pesantren Pabelan, para santriwan dan santriwati yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
10. Untuk Kepala Desa Pabelan beserta Stafnya dan Masyarakat Desa Pabelan. Berkat bantuan dan kerjasamanya penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini.
11. Sahabat-sahabatku Al-Shela alumni Pondok Pabelan terimakasih banyak atas dukungan, masukan, bimbingan, perjuangan susah senang, canda tawa dan kegilaan kalian sehingga penulis tidak ingin kehilangan segala rasa itu,..*You're the Best Friends*.
12. Teman-teman seperjuangan sependidikan Sosiologi Agama angkatan 2010 Nur Adi, Udin, Mustofa, Ilham, Imam, Helmy, Fika, Devi dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Kita semua akan menjadi orang sukses yang bermanfaat ilmunya.
13. Kakanda/Yunda Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang selalau mendidik penulis untuk menjadi insan akademik, pencipta, pengabdian yang bernafaskan Islam, dan bertanggung jawab atas terwujudnya masyarakat adil makmur yang diridhoi Allah SWT.

14. Teman-teman Masjid Nurul Hijrah, Agung, Imron, Istriyanto, Ulil, Jati, Rizki, Al-Kautsar disitulah tempat penulis berteduh mengukir semua impian, disini kita berjuang untuk masa depan.

15. Keluarga Besar masjid Nurul Hijrah, beserta semua jamaah bapak-bapak ibu-ibu yang telah mendoakan dan selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semua pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materiel dalam penyelesaian Skripsi ini penulis tidak bisa sebutkan satu persatu. Semoga Allah membalas dengan pahala yang berlipat ganda.

Tiada sebuah kesempurnaan dan kebenaran haq bagi manusia. Begitu halnya dengan Skripsi ini penulis menyadari masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini tak lain karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki penulis. Sehingga atas saran dan masukan dalam perbaikan Skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih dan penulis berharap semoga Skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan pembaca umumnya, *Amin ya Robal Alamain.*

***Wassalamualaikum, Wr. Wb.***

Yogyakarta, 3 November 2016  
Penulis,

**Muhammad Abdul Aziz**  
**10540074**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN SURAT PERYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
D. Kajian Pustaka .....	9
E. Kerangka Teori .....	11
F. Metodologi Penelitian .....	23
1. Subjek dan Objek Penelitian .....	24
2. Teknik Analisis Data.....	24
G. Sistematika Pembahasan.....	26

<b>BAB II. GAMBARAN UMUM PONDOK PESANTREN PABELAN MAGELANG JAWA TENGAH.....</b>	<b>26</b>
A. Letak Geografis .....	27
B. Sejarah Singkat Berdirinya Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah.....	27
C. Visi dan Misi.....	33
D. Motto dan Panca Jiwa Pondok .....	34
E. Keadaan dan Kegiatan Santri.....	39
F. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Pabelan Magelang .....	45
G. Kondisi Asrama Pondok Pesantren Pabelan Magelang .....	49
1. Kondisi Sarana dan Prasaranan .....	50
2. Keadaan Guru, Karyawan dan Siswa .....	54
3. Kegiatan Keagamaan Santri .....	60
 <b>BAB III. PERILAKU KONSUMTIF SANTRI PONDOK PESANTREN PABELAN MAGELANG JAWA TENGAH</b>	
A. Pandangan Santri Pondok Pesantren Pabelan Terhadap Perilaku Konsumtif .....	65
B. Model Perilaku Santri Pondok Pesantren Pabelan dalam mengonsumsi Barang maupun Jasa .....	71

C. Gambaran Perilaku Hidup Sehari-hari Santri .....	76
<b>BAB IV. FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN TERJADINYA PERILAKU KONSUMTIF PONDOK PESANTREN PABELAN MAGELANG JAWA TENGAH.....</b>	<b>85</b>
A. Faktor Internal .....	85
B. Faktor Eksternal .....	87
1. Faktor Budaya .....	87
2. Faktor Sosial .....	88
a) Keluarga .....	88
b) Teman Sebaya .....	90
c) Pengaruh Internet .....	92
<b>BAB V.KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
Daftar Wawancara	
Daftar Dokumentasi	
<b>CURRICULUM VITAE</b>	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pesantren merupakan sistem pendidikan tertua saat ini jika dibandingkan dengan lembaga pendidikan yang pernah muncul di Indonesia dan sejak lama sudah dianggap sebagai produk budaya Indonesia yang *indigenous* (berkarakter khas). Lembaga pendidikan Islam ini mulai dikenal setelah masuknya Islam ke Indonesia pada abad VII, akan tetapi keberadaan dan perkembangannya baru populer sekitar abad XVI. Sejak saat itu telah banyak dijumpai lembaga yang bernama pesantren yang mengajarkan berbagai kitab Islam klasik dalam bidang fiqih, aqidah, tasawuf dan menjadi pusat penyiaran Islam.<sup>1</sup>

Pesantren pada dasarnya adalah sebuah asrama pendidikan Islam tradisional dimana para siswanya tinggal bersama dan belajar di bawah bimbingan seorang (atau lebih) guru yang lebih dikenal dengan sebutan “kyai”. Asrama untuk para siswa tersebut berada dalam lingkungan kompleks pesantren dimana kyai bertempat tinggal yang juga menyediakan sebuah masjid untuk beribadah, ruang untuk belajar dan kegiatan-kegiatan keagamaan yang lain. Komplek pesantren ini biasanya dikelilingi tembok untuk dapat mengawasi keluar dan masuknya para santri sesuai dengan peraturan yang berlaku.<sup>2</sup>

Kelebihan pesantren adalah terletak pada kemampuannya menciptakan sebuah sikap hidup universal yang merata diikuti oleh semua santri, sehingga

---

<sup>1</sup> Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*, (Jakarta: LP3ES, 2011), hlm. 34

<sup>2</sup> Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren*, (Jakarta: LP3ES, 1994), hlm. 44.

lebih mandiri dan tidak bergantung pada siapa dan lembaga masyarakat apapun.<sup>3</sup> Perkembangan dan kelebihan pesantren erat kaitanya dengan sistem manajemen yang dikembangkan.

Dewasa ini telah banyak jenis pondok pesantren sebagai salah satu lembaga pendidikan yang mencoba mengimbangi tuntutan modernisasi dengan beragam pembenahan dengan membangun pondok pesantren modern. Namun tak jarang pula karena kurang mampu dalam mengadopsi modernisasi pendidikan dengan baik, maka hal tersebut dapat mengancam daya saing peserta didik pondok pesantren modern. Misalnya saja fenomena yang terjadi saat ini, yaitu gaya hidup konsumtif yang terjadi dikalangan santri. Gaya hidup konsumtif tersebut dapat terlihat dari cara santri dalam memutuskan barang-barang yang hendak dibeli, Digunakan dan dikonsumsi baik pada saat didalam dan luar kompleks pondok pesantren modern.

Pondok pesantren diharapkan mampu mengembangkan sistem belajar mengajar, kurikulum yang berlaku serta sikap mental yang harus dimiliki oleh setiap santri sesuai dengan kebutuhan dalam menghadapi persaingan zaman saat ini. Para santri pondok pesantren diharapkan mampu menuntut ilmu agama dan umum guna meningkatkan kemampuan bersaing di era globalisasi sesuai dengan tujuan didirikannya pondok pesantren modern.

Santri pondok pesantren diharapkan mampu melakukan perubahan sosial dan menularkan ilmu yang didapat kepada masyarakat, dengan memberikan contoh yang baik dan membanggakan dari segi akademik dan interaksi sosial

---

<sup>3</sup> Abdurrahman Wahid, *Bunga Rampai Pesantren*, (Jakarta: Dharma Bhakti, 1999), 74.

masyarakat. Melalui kapabilitas sebagai agen perubahan sosial, santri dapat menularkan perilaku positif kepada masyarakat disekelilingnya.<sup>4</sup>

Mengonsumsi makanan, barang atau jasa dalam agama Islam ada tuntunannya. Tuntunan tersebut terdapat pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Salah satu contohnya adalah QS. Al-Isra' ayat 27 yang berbunyi "Janganlah kalian menghambur-hamburkan harta. Sesungguhnya orang-orang yang memubazirkan hartanya adalah saudara setan".<sup>5</sup>

Al-Qur'an dan As-Sunnah menjadi sumber utama sekaligus pedoman yang mengatur kehidupan umat Islam di dunia. Jika seluruh umat Islam menggunakan pedomannya, maka kehidupan sosial masyarakat umat Islam akan ideal. Namun demikian, kehidupan umat Islam tidak semuanya mencerminkan isi Al-Qur'an dan As-Sunnah, yakni gaya hidup konsumtif yang berlebihan. Indonesia adalah negara yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam begitu mudah untuk menemukan gaya konsumtif di kalangan umat Islam itu sendiri.

Pengaruh Globalisasi terhadap masyarakat selalu mengalami transformasi dari waktu ke waktu, tidak ada masyarakat satu pun yang mempunyai potret yang sama. Apabila dicermati pada waktu yang berbeda, baik pada masyarakat tradisional maupun masyarakat modern, meskipun dengan laju perubahan yang bervariasi, Ada banyak aspek yang mengalami perubahan baik dalam bidang

---

<sup>4</sup> A. M. Diponegoro, *Afek dan Kepuasan Hidup Santri*, Dalam Jurnal Psikologi Islam, Vol.1, Nomor 2, 2005: 1-2

<sup>5</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung: Diponegoro, 2004), hlm. 227.

ekonomi, pendidikan, gaya hidup bahkan dalam sistem kepercayaan dan pandangan dunia pun ikut berubah.<sup>6</sup>

Salah satu hal yang paling penting dalam hubungan antar manusia secara sosial adalah melalui perantara benda-benda. Budaya materi (*material culture*) adalah nama yang diberikan pada kajian hubungan manusia-benda seperti ini. Istilah ini menunjukkan pentingnya manfaat obyek sehari-hari dan mengindikasikan bahwa perhatian terhadap barang-barang materi kehidupan sehari-hari tidak berarti mengabaikan kepedulian terhadap makna, simbol atau moral. Budaya konsumen merupakan bentuk khusus budaya materi yang berkembang saat ini.<sup>7</sup>

Pada era post-modernisme, semakin banyak masyarakat yang membeli barang jasa dan jasa bukan sekedar karena nilai kemanfaatannya atau karena didesak kebutuhan yang tidak bisa ditunda, melainkan karena dipengaruhi gaya hidup (*life style*), demi sebuah citra yang diarahkan dan dibentuk oleh cara berfikir masyarakat consumer yang acap kali telah *terhegemoni* oleh pengaruh iklan dan model lewat televisi, tayangan *infotainment*, majalah *fashion*, gaya hidup selebritis, dan berbagai bentuk budaya populer lain.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Redfield, *Dinamika Masyarakat dan Kebudayaan Bali* (Denpasar: Balai Pustaka, 1994), hlm.3

<sup>7</sup> Celia Lury, *Budaya Konsumen*, terj. Hasti T, Champion, (Jakarta: Yayasan Pelita Obor, 1998). hlm1.

<sup>8</sup> Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup 2013), hlm.2.

Kalangan santri di pondok pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah terindikasi mengalami hal yang sama, meski dengan standar yang berbeda. Hal ini terlihat dari gaya hidup (*life style*) santri mengikuti perkembangan zaman.<sup>9</sup>

Gambaran gaya hidup santri pondok pesantren Pabelan menjadi menarik untuk diteliti. Pasalnya, seolah ada kekuatan besar yang telah menggeser nilai-nilai dasar keagamaan. Pergeseran tersebut bisa jadi karena perkembangan zaman media massa tumbuh dan berkembang dengan subur, bak jamur di musim hujan. Era globalisasi memiliki pengaruh yang kuat disegala dimensi kehidupan masyarakat. Hal ini menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan sosial baik secara positif maupun secara negatif. Perkembangan teknologi membuat masyarakat terpit di antara dua pilihan. Disatu Pihak masyarakat menerima kehadiran teknologi, di pihak lain kehadiran teknologi modern justru menimbulkan masalah-masalah yang bersifat kultural yang kemudian merambah disemua aspek kehidupan masyarakat. Terkait dengan perkembangan teknologi yang berdampak kearah modernisasi, IPTEK merupakan yang paling pesat perkembangannya. Salah satu di antaranya yang cukup membuat masyarakat terkagum kagum ialah perkembangan teknologi informasi.

Dewasa ini kemajuan teknologi informasi yang menuju kearah globalisasi komunikasi dirasakan cenderung berpengaruh langsung terhadap tingkat peradaban masyarakat dan bangsa. Kita semua menyadari bahwa perkembangan teknologi informasi akhir-akhir ini bergerak sangat pesat dan telah menimbulkan dampak positif maupun negatif terhadap tata kehidupan masyarakat di berbagai

---

<sup>9</sup> Hasil Wawancara Deangan Ahmad Widyan Santri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah, Tanggal 1 Juli 2015

negara. Kemajuan bidang informasi membawa kita memasuki abad revolusi komunikasi. Bahkan ada yang menyebutnya sebagai “Ledakan Komunikasi.”

Apabila globalisasi diartikan sebagai perkembangan kebudayaan manusia, maka globalisasi informasi dan komunikasi yang muncul karena perkembangan teknologi komunikasi, diartikan sebagai teknologi elektronika yang mampu mendukung percepatan dan meningkatkan kualitas informasi ini tidak mungkin lagi di dibatasi oleh ruang dan waktu.

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui media massa yang semakin banyak berkembang memungkinkan informasi menyebar dengan mudah di masyarakat. Informasi dalam bentuk apapun dapat disebarluaskan dengan mudah dan cepat sehingga mempengaruhi cara pandang, gaya hidup, serta budaya suatu bangsa. Maka tidak salah apa yang dikatakan Dennis McQuil bahwa “Media massa merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata-cara, mode, gaya hidup dan norma-norma”.

Arus informasi yang cepat menyebabkan kita tidak mampu untuk menyaring pesan yang datang. Akibatnya tanpa sadar informasi tersebut sedikit demi sedikit telah mempengaruhi pola tingkah laku dan budaya dalam masyarakat. Kebudayaan yang sudah lama ada dan menjadi tolak ukur masyarakat dalam berperilaku kini hampir hilang dan lepas dari perhatian masyarakat. Akibatnya,

semakin lama perubahan-perubahan sosial di masyarakat mulai terangkat ke permukaan.<sup>10</sup>

Dalam dunia modern, gaya hidup membantu mendefinisikan sikap, nilai-nilai dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial seseorang. Masyarakat konsumen Indonesia tampaknya tumbuh beriringan dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai menjamurnya pusat perbelanjaan bergaya semacam shopping mall, industri waktu luang, fashion, industri kecantikan, industri kuliner, industri nasehat, industri gossip, kawasan huni mewah, dan berdirinya sekolah-sekolah mahal, kegandrungan terhadap merk asing, makanan serba instan (*fastfood*), telepon seluler (HP), dan tentu saja serbuan gaya hidup lewat industri iklan dan televisi yang sudah sampai ke relung-relung jiwa yang paling dalam.<sup>11</sup>

Jadi konsumsi masyarakat modern bukan hanya berupa barang namun juga jasa manusia dan hubungan antar manusia. Segala hal bisa menjadi objek konsumen. Hasilnya adalah budaya *konsumerisme* mencengkeram seluruh kehidupan umat.<sup>12</sup> Budaya *konsumerisme* kontemporer yang bercirikan dengan adanya peningkatan gaya hidup yang seakan-akan menekankan kalau keberadaan penampilan diri justru telah mengalami estetisasi dalam realitas kehidupan sehari-hari senantiasa akan menjadi sebuah proyek peningkatan gaya hidup konsumtif.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup>Susianti Gajahmanik, "Pengaruh Media Massa Terhadap Masyarakat", Dalam <http://ancheaep.blogspot.com>. Tanggal 31 Agustus 2015.

<sup>11</sup> David Chaney, *LifeStyle: Sebuah Pengantar Komperehensif*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hlm.8.

<sup>12</sup> Jeand Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), hlm.35.

<sup>13</sup> David Chaney, *Life style Sebuah Pengantar Komperehensif*, hlm. 15-16.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai batasan yang akan menjadi fokus penelitian. Rumusan masalah tersebut yakni:

1. Bagaimana perilaku konsumtif santri di Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumtif santri di Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui perilaku konsumtif santri di Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah.
  - b. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang melatari gaya hidup konsumtif santri di Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah.
2. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu:

- a. Pada ranah pesantren, diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan gambaran tentang kehidupan santri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah.
- b. Pada ranah akademik, diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan kontribusi perkembangan ilmu sosiologi agama, khususnya tentang kajian gaya hidup santri.

- c. Pada ranah kebijakan pemerintah, diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi referensi kebijakan soal perkembangan kurikulum pendidikan pesantren.

#### **D. Kajian Pustaka**

Literatur-literatur yang membahas perilaku konsumtif menjadi rujukan pokok. Literatur tersebut berupa buku dan hasil penelitian lain untuk mempermudah dalam penulisan ilmiah, di antaranya seperti yang dijelaskan dibawah ini:

Buku karya David Chaney yang berjudul *Lifestyles*<sup>14</sup> membahas mengenai masalah gaya hidup dan memperkenalkan tema-tema sentral dalam kehidupan sosiologis kepada masyarakat modern.

Buku karya Jean Baudrillard yang berjudul *Masyarakat Konsumsi*<sup>15</sup> membahas mengenai bagaimana di era saat ini orang-orang membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya namun karena gaya hidup dan budaya konsumsi masyarakat modern saat ini bukan dengan barang saja namun juga jasa manusia.

Karya lain adalah Mike Featherstone, *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*<sup>16</sup> yang membahas mengenai munculnya posmodernisme yang kemudian menjadi *image* budaya yang sangat kuat dan berpengaruh.

---

<sup>14</sup> David Chaney, *Lifestyles: Pengantar Komprehensif*, hlm. 20.

<sup>15</sup> Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, hlm. 84.

<sup>16</sup> Mike Featherstone, *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 204

Postmodernisme memunculkan berbagai permasalahan tentang produksi, transmisi dan dimensi pengetahuan dan kebudayaan.

Ada beberapa penelitian yang penulis temukan sebagai rujukan lain, Sari Fathonah<sup>17</sup> dalam skripsinya meneliti tentang “Peran Media dalam Pembentukan Perilaku Konsumerisme Remaja Putri di Kalangan Siswa SMA Muhammadiyah 4 Yogyakarta”. Sari Fathonah menjelaskan bahwa perilaku konsumtif siswa putri pada sekolah tersebut dipengaruhi oleh peran media, khususnya *Majalah Kawanku* yang menjadi bacaan siswa putri pada sekolah tersebut.

Sementara itu Masamah<sup>18</sup> dalam skripsinya menguraikan tentang “Pandangan Mayoritas Santriwati Terhadap Konsumerisme Dipengaruhi oleh Tingkat Pemahaman Keagamaan Seseorang”. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Masamah, para santriwati berpendapat bahwa konsumerisme adalah budaya yang boros, menghamburkan uang dan tidak penting. Konsumerisme di pesantren Wahid Hasyim menurutnya berada pada taraf yang sewajarnya.

Selanjutnya, Ika Irwansyah<sup>19</sup> dalam skripsinya membahas tentang “Relasi Antara Media Massa dan Perilaku Konsumerisme”. Berdasarkan perspektif Jean Baudillard media massa berperan penting dalam membentuk perilaku konsumerisme tersebut.

---

<sup>17</sup> Sari Fathonah, "Media dan Pembentukan Konsumerisme di Kalangan Remaja Putri (Konstruksi Gaya Hidup Remaja Putri SMU Muhammadiyah 4 Yogyakarta oleh Majalah Kawanku)," dalam Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga. hlm. 65

<sup>18</sup> Masamah, “Gaya Hidup Santriwati Pondok Pesantren Wahid Hasyim di Tengah Budaya Konsumerisme.” *dalam Skripsi*, Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga.

<sup>19</sup>Ika Irmawansyah, "Hubungan Media Massa dan Konsumerisme (perspektif Hiperrealitas Jean Baudillard)," *dalam Skripsi* Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga. 2007. Hlm.71.

Dari berbagai pustaka tersebut, belum ada yang secara spesifik membahas tentang gaya hidup konsumtif santri di sebuah pondok pesantren. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti tentang gaya hidup konsumtif santri di pondok pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah.

## **E. Landasan Teoritik**

### **1. Definisi Perilaku Konsumtif**

Dahlan Lina & Rosyid, mengatakan perilaku konsumtif ditandai adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya melalui pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Hal ini diperkuat oleh Anggasari, yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif di tandai dengan tindakan membeli barang- barang yang kurang atau tidak diperhitungkan manfaatnya sehingga sifatnya menjadi berlebihan.<sup>20</sup>

Menurut Tiurma Yustisi Sari,<sup>21</sup> perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli dan mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan yang didorong oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata daripada kebutuhan. Sari merumuskan definisi trauma tersebut diramu dari beberapa pendapat, seperti Sachari yang mendefinisikan perilaku konsumtif terjadi

---

<sup>20</sup> Wahyudi. "Tinjauan, Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza". Dalam *Journal Sosiologi*, Volume 1, Nomor 4, 2013: 26 – 36

<sup>21</sup> Tiurma Yustisi Sari, "Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri". dalam *skripsi* Universitas Sumatera Utara, 2009, hlm. 67.

karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya.

Menurut Hempel perilaku konsumtif terjadi karena ada ketegangan antara kebutuhan dan keinginan manusia. Hal ini ditandai dengan emosi yang tinggi, kadang tidak disadari. Dahlan mengatakan perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.

Lebih lanjut, Sumartono mengatakan perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lain. Sedangkan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan manusia untuk menggunakan mengkonsumsi tanpa batas yang lebih mementingkan factor keinginan daripada kebutuhan.

Menurut Moningka, ada tiga tipe perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Konsumsi adiptif yaitu mengkonsumsi barang atau jasa karena ketagihan
- b. Konsumsi kompulsif yaitu berbelanja secara terus menerus tanpa memperhatikan apa yang sebenarnya ingin dibeli

- c. Pembelian impulsif. Pada impulse buying, produk dan jasa memiliki daya guna bagi individu. Pembelian produk atau jasa tersebut biasanya dilakukan tanpa perencanaan.<sup>22</sup>

## 2. Ciri-ciri orang berperilaku konsumtif

Perilaku orang konsumtif menurut Sumartono amatlah variatif, tetapi pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang atau jasa tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan.<sup>23</sup> Perilaku tersebut nampak dari beberapa hal sebagai berikut:

- a. Membeli produk karena hadiahnya.

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Konsumen pria metroseksual mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik.

- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Konsumen pria metroseksual mempunyai keinginan yang tinggi, karena pada umumnya mereka mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya bertujuan agar pria

---

<sup>22</sup> C. Moningka, "Konsumtif : antara Gengsi dan Kebutuhan", dalam <http://www.Suarapembaruan.com>, diakses Tanggal 20 Agustus 2016.

<sup>23</sup> Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, (Bandung: Alfabeta. 2002), hlm. 58

metroseksual selalu berpenampilan menarik. Mereka membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya).

Konsumen pria metroseksual cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mahal.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Pria metroseksual mempunyai kemampuan membeli yang tinggi dalam berpakaian, berdandan, gaya potong rambut, dan sebagainya sehingga dapat menunjukkan sifat eksklusif dengan citra yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan menarik dimata orang lain.

- f. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.

Pria metroseksual cenderung meniru tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai tokoh yang diidolakannya.

Pria metroseksual cenderung dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.

- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Pria metroseksual sering terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Cross dan Cross juga menambahkan bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

- h. Mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merek berbeda).

Pria metroseksual cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari yang sebelumnya ia gunakan meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.<sup>24</sup>

Menurut Wahyudi, faktor penyebab terbentuknya perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard antara lain faktor kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, situasi, keluarga, kepribadian, konsep diri, motivasi, pengalaman belajar, dan gaya hidup.

### **3. Faktor-faktor pendorong munculnya perilaku konsumtif**

Menurut Kottler dan Amstron<sup>25</sup> ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses perilaku pembelian. Berdasarkan konteks pria metroseksual maka faktor-faktor yang mempengaruhi adalah :

- a. Pekerjaan

---

<sup>24</sup> Sumartono, "Pengertian Perilaku Konsumtif", Dalam <http://www.landasanteori.com> html. 15 Agustus 2016.

<sup>25</sup> Philip Kotler dan Gary Amstron, *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi IX*, (Jakarta: PT.Indek Kelompok Media, 2004), hlm. 84.

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 fitness.

b. Situasi ekonomi

Kartajaya, 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.

Sedangkan menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.<sup>26</sup>

a) Faktor Budaya

Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang karena budaya tumbuh dalam suatu masyarakat sejak kecil. Pengertian budaya itu sendiri adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.<sup>27</sup> Setiap masyarakat mempunyai budaya dan pengaruh budaya pada tingkah laku pembelian bervariasi amat besar, oleh karenanya pemasar selalu mencoba menemukan pergeseran budaya agar dapat mengetahui produk baru yang mungkin diinginkan.

---

<sup>26</sup> Agus Wahyudi, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen", Dalam <https://www.google.co.id>. Tanggal 20 April 2016.

<sup>27</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, hlm. 99.

### (1) Sub-budaya

Subbudaya adalah sekelompok orang yang mempunyai system nilai sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi, termasuk juga agama, kelompok ras, dan wilayah geografi. Banyak subbudaya membentuk segmen pasar penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

### (2) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggota yang menganut nilai-nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa. Kelas sosial menentukan pemilihan produk dan merek tertentu dalam bidang-bidang seperti pakaian, peralatan rumah tangga dan sebagainya.

### b) Faktor Sosial

Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

#### (1) Kelompok Acuan

Tingkah laku seseorang yang dipengaruhi oleh kelompok kecil. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan seseorang yang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan. Beberapa merupakan *kelompok primer* yang mempunyai interaksi reguler tapi informal, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja. Beberapa merupakan *kelompok sekunder*, mempunyai interaksi lebih formal dan kurang reguler, mencakup kelompok keagamaan, asosiasi profesional,

dan serikat pekerja. Kelompok *acuan* berfungsi sebagai titik perbandingan atau acuan langsung (tatap muka) atau tidak langsung dalam membentuk sikap dan tingkah laku seseorang.

(2) Keluarga

Selain kelompok keluarga juga sangat mempengaruhi tingkah laku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, salah satu contoh yang paling dominan adalah keterlibatan suami-istri dalam proses pembelian.

(3) Peran dan Status

Peran dan status seseorang ketika dia menjadi anggota kelompok, klub organisasi, posisinya ditentukan banyak peran dan status seseorang itu sendiri dalam organisasi, setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat misalnya peran manajer masyarakat mempunyai status yang lebih tinggi dalam masyarakat dibanding peran masyarakat lain pada umumnya.

c) Faktor Pribadi

Keputusan seseorang sebelum membeli suatu produk juga dapat dipengaruhi oleh faktor pribadi antara lain yaitu:

(1) Umur dan Tahap Daur Hidup

Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makanan, pakaian, perabotan dan rekreasi sering kali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur

hidup keluarga – tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaanya.

## (2) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pekerja kasar cenderung membeli banyak pakaian untuk bekerja, sedangkan pekerja kantor membeli lebih banyak jas dan dasi. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat diatas rata-rata akan produk dan jasa mereka.

### (a) Situasi Ekonomi

Situasi seseorang akan mempengaruhi perilaku dalam membeli produk. Pemasar produk yang peka terhadap pendapatan mengamati kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan, dan tingkat minat. Bila indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, memposisikan kembali, dan mengubah harga produknya.

### (b) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, interes, dan opininya. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang dan gaya hidup menampilkan pola beraksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan didunia.

### (c) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian seseorang yang jelas mempengaruhi tingkah laku membelinya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri. Biasanya tercermin sebagai rasa percaya diri, dominasi, kemudahan bergaul, menyesuaikan diri, dan keagresifan. Hal ini dapat bermanfaat untuk menganalisis tingkah laku konsumen untuk pemilihan produk atau merek tertentu.

#### d) Faktor Psikologis

Pilihan barang yang dibeli seorang konsumen lebih lanjut dipengaruhi oleh empat faktor psikologi yang penting yaitu:

##### (1) Motivasi

Motif (dorongan) adalah kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan tersebut. Kebutuhan berubah menjadi motif kalau merangsang sampai tingkat intensitas yang mencukupi. Mula-mula seseorang mencoba untuk memuaskan kebutuhan yang paling penting, setelah kebutuhan tersebut terpenuhi kebutuhan itu tidak lagi menjadi motivator dan kemudian orang tersebut akan memuaskan kebutuhan yang lebih penting selanjutnya, hal tersebut dikemukakan oleh teori Maslow pada bukunya Kotler.<sup>28</sup>

##### (2) Persepsi

---

<sup>28</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehallindo, 2002), hlm.105

Seorang yang termotivasi siap untuk bertindak. Bagaimana orang tersebut bertindak dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi. Persepsi itu sendiri adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan, dan mengitepretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia.

### (3) Pengetahuan

Jika seorang konsumen bertindak maka dengan sendirinya mereka belajar. Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman, pembelajaran berlangsung melalui saling pengaruh dari dorongan, rangsangan, petunjuk, respon, dan pembenaran.

### (4) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu objek atau ide yang relatif konsisten.

Sementara itu, konsumsi dalam pandangan sosiologi merupakan masalah identitas, selera atau gaya hidup artinya terkait dengan aspek-aspek sosial budaya. Konsumsi adalah kegiatan atau tindakan yang mempergunakan komoditas barang atau jasa untuk memenuhi keinginan, dengan cara atau sikap yang umum, yang dipengaruhi oleh struktur dan pranata sosial di sekitarnya.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Damsar, *Sosiologi Ekonomi Edisi*. (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2002), hlm. 120-121.

Kajian konsumsi itu erat kaitannya dengan gaya hidup. Istilah gaya hidup (lifestyle) dalam arti sosiologis merujuk pada gaya hidup yang khas dari berbagai kelompok status tertentu, dalam budaya konsumen istilah ini mengkonotasikan ekspresi diri, individualitas, serta kesadaran diri yang semu. Tubuh, busana, bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, dan pilihan hiburan, dan sebagainya dipandang sebagai indikator dari selera serta rasa dari konsumen.<sup>30</sup> Gaya hidup merupakan bagian dari dunia modern, dengan kata lain bagian dari modernitas. Artinya siapa saja yang hidup dalam masyarakat modern untuk menggambarkan sebuah tindakan menggunakan ide tentang gaya hidup. David Chaney<sup>31</sup> menggambarkan bahwa gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Dengan kata lain gaya hidup selalu berkaitan dengan upaya membuat eksistensi diri dengan cara tertentu dan berbeda dengan orang lain.<sup>32</sup> Oleh karena itu sebuah perilaku konsumtif merupakan suatu dampak dari posmodern, dimana orang berada dalam keadaan yang membutuhkan eksistensi dan kepuasan.

Untuk mendapatkan kepuasan dalam kehidupan sehari-hari menunjukkan gaya hidup memerlukan sebuah ruang dan waktu. Sebagaimana diungkapkan oleh Yasraf Amir Piliang<sup>33</sup> bahwa gaya hidup ialah pola penggunaan ruang, waktu dan objek yang khas kelompok masyarakat tertentu. Dengan demikian gaya hidup

---

<sup>30</sup> Mike Featherstone, *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 201.

<sup>31</sup> David Chaney, *Live Style : Sebuah Pengantar*, hlm.40.

<sup>32</sup> Alfathri Adlin, *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. (Yogyakarta: Jalasutra, 2006) hlm. 108.

<sup>33</sup> Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2004) hlm. 60.

menunjukkan bagaimana kelompok sosial tertentu menggunakan ruang, waktu dan barang dengan pola, gaya atau kebiasaan tertentu yang dilakukan secara berulang-ulang. Jika dikaitkan dengan ruang dan waktu dunia pesantren, maka gaya hidup adalah bagaimana pola, kebiasaan dan gaya kelompok santri dalam melakukan rutinitas praktik sosial sehari-hari. Secara spesifik istilah gaya hidup mempunyai arti sosiologis lebih terbatas dengan merujuk pada gaya hidup yang khas dari berbagai status tertentu.

Gaya hidup khas pesantren sebagaimana lazimnya lembaga pendidikan, merupakan kegiatan yang dapat terlihat dari perilaku sehari-hari santri dalam menggunakan busana, berpenampilan dan mengekspresikan diri dalam kegiatan pendidikan.

## **F. Metode Penelitian**

Setiap kegiatan ilmiah yang akan dilakukan agar menjadi lebih terarah dan rasional diperlukan adanya metode yang sesuai dengan obyek yang dikaji. Karena metode itu sendiri berfungsi sebagai pedoman mengerjakan sesuatu agar dapat menghasilkan hasil yang maksimal, akurat, serta hasilnya dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode dan prosedur tertentu. Karena, metode penelitian diperlukan sebagai cara atau jalan yang harus ditempuh dalam menentukan, mengumpulkan dan menganalisis data dalam sebuah proses penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan ( field research ) dilakukan dalam kancan kehidupan yang sebenarnya.<sup>34</sup> Yaitu peneliti terjun langsung ke lapangan atau masyarakat dengan tujuan untuk mengetahui secara jelas dan detail tentang bagaimana untuk mengetahui bentuk gaya hidup dan faktor- faktor apa yang melatari gaya hidup konsumtif santri di Pondok Peasantren Pabelan

#### 1. Subjek dan objek Penelitian

Subjek dan objek penelitian ini adalah santri di Pondok Pesantren Pabelan Kecamatan Muntilan Mungkid, Kabupaten Magelang.

#### 2. Lokasi Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan sebelumnya maka peneliti menentukan dan memilih lokasi untuk melakukan penelitian ini di Pondok Pesantren Pabelan Kecamatan Muntilan Mungkid, Kabupaten Magelang, Propinsi Jawa Tengah.

#### 3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam metode ilmiah, untuk mendapatkan data yang memadai dari masalah yang diteliti, ada tiga teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu:

##### a. Metode Observasi

Yang dimaksud dengan metode observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomene-fenomena yang sudah diteliti.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metode dan Riset Sosial*. (Bandung: Alumni, 1986), hlm.27.

<sup>35</sup> Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. (Jakarta: PT.Gramedia, 1990), hlm. 173.

Adapun jenis observasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan, yaitu terlibat langsung dan memantau perilaku konsumsi santri Ponsok Pesantren Pabelan Magelang.

b. Metode Interview

Interview (wawancara) merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab baik secara langsung maupun tidak langsung kepada informan secara sistematis dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti.<sup>36</sup> Untuk mendapatkan data melalui wawancara, penulis akan mewawancarai pimpinan pondok pesantren, ustad dan ustadah serta santri, dengan topik wawancara yang berkaitan dengan tema penelitian.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal atau variabel-variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, dokumen rapat atau harian.<sup>37</sup> Dalam Penelitian ini metode dokumentasi meliputi catatan kegiatan pondok pesantren data pengurus, ustad, kegiatan pembelajaran, dan kegiatan santri pondok pesantren Pabelan Magelang.

---

<sup>36</sup> Moh Soehadha, *Pengantar Metode Penelitian Sosial Kualitatif* (Yogyakarta: IAIN Sunan Kali Jaga, 2003), hlm.94.

<sup>37</sup> Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), hlm.131.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk lebih mempermudah dalam memahami dan membahas permasalahan yang diteliti, maka penulis membuat sistematika pembahasan, yaitu:

*Bab Pertama*, berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan yang terakhir sistematika pembahasan.

*Bab Kedua*, berisi tentang gambaran umum Pondok Pesantren Pabelan Magelang, visi dan misi pesantren, serta data pendidik dan santri.

*Bab ketiga*, berisi penjelasan tentang topik penelitian dan pemetaan terhadap data penelitian dan analisis penelitian berdasarkan kerangka teori yang di gunakan.

*Bab Kelima*, merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari peneliti.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Dari hasil penelitian dan kemudian dianalisis, penulis dapat memberikan kesimpulan sekaligus jawaban dari rumusan masalah sebagai berikut:

1. Santri Pondok Pesantren Pabelan yang berlokasi di Magelang Jawa Tengah memiliki pola yang bisa digambarkan sebagai berikut; *Pertama*, jika terkait dengan hal-hal yang bersifat fungsi dari barang, para santri memilih untuk membeli barang atau produk dengan harga mahal asalkan kualitas produk tersebut menjamin. *Kedua*, santri Pabelan membeli produk dengan kemasan yang bagus. Sebab, bagus dan tidaknya kemasan menjadi indikator kualitas isi dan professional suatu perusahaan. *Ketiga*, santri Pabelan membeli produk tidak berdasarkan pada simbol tertentu. Produk yang dibeli itu tidak dikaitkan dengan status sosial yang melekat pada produk itu.

Jika melihat tiga pola santri Pabelan di atas menggunakan pendapatnya Sumartono tentang 8 (delapan) perilaku orang konsumtif, maka santri Pabelan belum bisa dikatakan konsumtif. Akan tetapi, potensi untuk mengarah ke konsumtif ada.

2. Kehidupan di pondok sudah memiliki tatanan nilai yang sangat kuat sulit terinfiltrasi. Terlebih Pondok Pesantren Pabelan lokasinya bisa dikatakan jauh dari pusat kota. Faktor dari dalam diri santri berpotensi mengarahkan santri Pabelan berperilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari pola hidup santri yang ada sebelum masuk ke pondok. Faktor keluarga Santri dapat memicu terjadinya

perilaku konsumtif jika santri Pabelan banyak yang berasal dari keluarga yang terbiasa hidup konsumtif. Sebab, santri dari keluarga semacam itu akan membentuk komunitas dengan sendirinya.

3. Jika dilihat dari faktor sosial santri pondok Pesantren Pabelan sangat berpengaruh pada perilaku konsumtif, yaitu interaksi sosial dengan teman sebaya maka memberikan dampak kepada santri yang lain, karena jika salah satu santri diantara mereka tidak bisa mengikuti gaya hidup yang sedang trend maka dia tidak dianggap gaul. Akan tetapi memberikan pengaruh positif jika lingkungan keluarga, teman sebaya untuk saling memotivasi dalam belajar. Begitu juga dengan penggunaan jaringan internet santri pondok Pabelan telah membatasi dirinya dalam dunia maya hanya sekedar untuk membantu dalam akses belajar terlebih dalam ilmu komunikasi.

## **B. Saran**

Pondok Pesantren Pabelan sebagai lembaga pendidikan Islam berfungsi mengajarkan nilai-nilai ke Islaman kepada santri. Proses pengajaran tersebut dapat berjalan lancar jika para calon santri yang datang berasal dari keluarga berpola hidup tidak konsumtif. Pasalnya, semakin banyak santri yang pola hidupnya sudah konsumtif dapat menggeser nilai-nilai ke Islaman di lingkungan pondok. Oleh sebab itu, pondok perlu melakukan penanaman nilai kesederhanaan melalui keteladanan para pendidik dan pengajar yang berada di pondok. Pondok perlu membentengi infiltrasi budaya asing melalui penguatan budaya Islam. Perilaku konsumtif pada santri ini dapat dihindari dengan mengatur agenda belanja

kebutuhan dan adanya kesadaran untuk hidup hemat dan tidak boros akan pentingnya mengendalikan diri adalah hal yang penting untuk diterapkan.



### Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharismi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Adlin Alfathri, *Resistensi Gaya Hidup*, Yogyakarta: Jalasutra, 2006.
- Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.
- Bungin, Burhan, *Pornomedia: Sosiologi Media, Konstruksi Sosial Teknologi Telematika, & Perayaan Seks di Media Massa*, Jakarta: Kencana 2005.
- Baudrillard, Jean, *Masyarakat Konsumsi*, terj. Wahyunto, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004.
- Celia Lury, *Budaya Konsumen*, terj. Hasti T, Champion, Jakarta: Yayasan Pelita Obor, 1998.
- Chaney, David, *Lifestyles, Pengantar Komprehensif*, terj. Nuraeni, Yogyakarta: Jalasutra, 2003.
- Demartoto, Argyo. "Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger dan Thomas", dalam <http://argyo.staff.uns.ac.id>. diakses Ahad 21 Agustus 2016.
- Departemen Agama RI Direktorat, *Pondok Pesantren*, Jakarta: Pustaka Pelajar, 2000.
- Dhofier, Zamakhsyari, *Tradisi Pesantren Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*, Jakarta: LP3ES, 2011.
- Dhofier, Zamakhsyari, *Tradisi Pesantren*, Jakarta: LP3ES, 1994.
- Diponegoro, A. M, "Afek dan Kepuasan Hidup Santri", dalam *Jurnal Psikologi Islam*, Vol.1, Nomor 2, Surakarta: Fakultas Psikologi UMS, 2005.
- Djurto,(dkk.), *Remaja Rosdakarya Bandung*, Bandung: Rosdakarya, 2002.
- Ekasari, Putri, "Dampak Sosial Ekonomi Masuknya Pengaruh Internet Dalam Kehidupan Remaja di Pedesaan", dalam *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol. 6, Bogor: Departemen Sains Komunikasi IPB, 2012

- Fathonah, Sari, "Media dan Pembentukan Konsumerisme di Kalangan Remaja Putri (onstruksi Gaya Hidup Remaja Putri SMU Muhammadiyah 4 Yogyakarta oleh Majalah Kawanku),"dalam *Skripsi* Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Featherstone, Mike, *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*, cet III, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Hurlock, E.B. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*, Alih Bahasa Istiwidayanti, Jakarta: Erlangga, 2002.
- Irmawansyah, Ika, "Hubungan Media Massa dan Konsumerisme (Perspektif Hiperrealitas Jean Baudillard)", dalam *Skripsi* Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Kartono, Kartini, *Pengantar Metode dan Riset Sosial*. Bandung: Alumni, 1986.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2010.
- Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT.Gramedia, 1990.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prehallindo, 2002.
- Maryono, Y dan Istiana, B. Patmi, *Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, Edisi Pertama, Jakarta: Yudhistira, 2007.
- Masamah, "Gaya Hidup Santriwati Pondok Pesanten Wahid Hasyim di Tengah Budaya Konsumerisme." dalam *Skripsi*, Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga, 2008.
- Moningka, "Konsumtif : antara Gengsi dan Kebutuhan",dalam <http://www.Suarapembaruan.com>, diakses Tanggal 20 Agustus 2016.
- N. Stearns, Peter, *Consumerism in World History: the global Transformation of Desire*. New York: Routledge, 2003.
- Soehadha, Moh., *Pengantar Metode Penelitian Sosial Kualitatif*, Yogyakarta: IAIN Sunan KaliJaga, 2003.
- Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan*, Bandung: Alfabeta, 2002.
- Suparno, Paul, *Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Kanisius. 1997.

Swasta, Basu dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta, 2000.

Tambunan, “Remaja dan Perilaku Konsumtif”, dalam <http://www.duniaesai.com>, diakses 17 Agustus 2016.

Wulan, Dewi Sri Nawang, “Hubungan Antara Peranan Kelompok Teman Sebaya dan Interaksi Siswa dalam Keluarga”, dalam *Jurnal Psikologi* Volume 41, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 2014.

Wahid, Abdurrahman, *Bunga Rampai Pesantren*, Jakarta: Dharma Bhakti, 1999.



## LAMPIRAN-LAMPIRAN DOKUMENTASI HASIL PENELITIAN

### A. Nama Informan

1. Nama : Adzmi Yusuf  
Kelas : XI IPS I  
Jabatan : Ketua II  
Umur : 17 Tahun
2. Nama : Fillah Alfi Mulyani  
Kelas : XI IPS II  
Jabatan : Bagian Pengajaran  
Umur : 17 Tahun
3. Nama : Miftah Fuad Iryawan  
Kelas : X IPA II  
Jabatan : Bagian Kesenian  
Umur : 16 Tahun
4. Nama : Puspita Ainu Rahma  
Kelas : XII IPS I  
Jabatan : Bagian Olahraga  
Umur : 17 Tahun
5. Nama : Raffi Al Hadzik  
Kelas : X IPA II  
Jabatan : Bendahara  
Umur : 16 Tahun
6. Nama : Laela Azizaturrahma  
Kelas : XII IPA II

- Jabatan : 17 Tahun  
Umur : 17 Tahun
7. Nama : Afif Dwi Mabruuri  
Kelas : X IPS I  
Jabatan : Bagian Kesehatan  
Umur : 18 Tahun
8. Nama : Kunti Nabila  
Kelas : XII IPA II  
Jabatan : Bagian Keamanan  
Umur : 17 Tahun
9. Nama : Eka Wahyu Ningrum  
Kelas : XII IPS II  
Jabatan : Bagian Olahraga  
Umur : 17 Tahun
10. Nama : Said Nidhom  
Kelas : X IPS II  
Jabatan : Sekretaris  
Umur : 18 Tahun

## Pedoman Wawancara

### A. Identitas

NAMA	:	
KELAS	:	
ASAL	:	
HOBİ	:	
JABATAN	:	

1. Apakah anda membeli produk karena hadiahnya?
2. Apakah anda membeli produk karena kemasannya menarik?
3. Apakah anda membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi?
4. Apakah anda membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya)?
5. Apakah anda membeli produk sekedar menjaga symbol status?
6. Apakah anda memakai sebuah produk karena unsure konformitas terhadap model yang mengiklankan produk?
7. Menurut anda apakah munculnya penilai bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi?
8. Apakah anda mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)?
9. Apakah anda puas ketika sudah membeli barang tersebut?
10. Apakah barang yang anda beli termasuk barang mewah atau mahal?

## A. Daftar Gambar



Gambar 1.1

Santri bersalaman dan cium tangan dengan Bapak KH. Ahmad Mustofa Sebelum Berangkat Sekolah



Gambar 1.2

Santri bersalaman dan cium tangan dengan Bapak KH. Ahmad Najib Amin Setelah Pelantikan



Gambar 1.3

Kunjungan Mantan Menteri Pendidikan Bapak Anis Baswedan bersama Pimpinan Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.4

Kunjungan Menteri Agama Bapak Drs.Lukman Hakim Syaifuddin bersama Pimpinan Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.5  
Santri Puteri Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.6  
Kegiatan Pramukan Santri Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.7  
Perkenalan Lingkungan Santri Pondok Pesantren Pabelan dengan Masyarakat Pabelan



Gambar 1.8  
Tarian Daerah yang Dipertunjukkan Oleh Santri Puteri Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.9  
Keadaan Asrama Santri Puteri Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.10  
Keadaan Asrama Santri Puteri Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.11  
Keadaan Asrama Santri Putera Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.12  
Keadaan Asrama Santri Puteri Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.13  
Kegiatan Olahraga Bola Voli Santri Puteri Santri Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.14  
Perguruan Pencak Silat Nusantara Santri Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.15

Kegiatan Karate Santri Puteri Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.16

Milad Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.17

Kelompok Rebana Santri Putera Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.18

Santri Menanti Sholat Duhur di Masjid Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.19  
Bersiap ke Masjid Santri Puteri Pondok Pesantren Pabelan



Gambar 1.19  
Wawancara penelitian dengan santri Pondok Pesantren Pabelan

## CURRICULUM VITAE

### A. Identitas Diri

Nama : Muhammad Abdul Aziz  
Tempat/Tanggal Lahir : Magelang, 21 September 1991  
Nama Ayah : Joko Triyono  
Nama Ibu : Sarjiyem  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : Dawunan Rt/Rw : 02/07 Madyocondro Secang, Magelang  
Agama : Islam  
No. HP : 085664080470  
Email : azizdamai99@gmail.com

### B. Riwayat Pendidikan

1996-1998 : TK Pertiwi Madusari Secang Magelang  
1998-2003 : SD Negeri III Sandangsari Secang Magelang  
2003-2006 : MTs Pondok Pesantren Pabelan  
2006-2009 : MA Pondok Pesantren Pabelan  
2010-2016 : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta