

## **INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, idealisme, materialisme, relativisme, dan orientasi jangka panjang pada etika konsumen. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa di tiga Perguruan Tinggi di Aceh Barat. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposif dengan responden sebanyak 350 orang. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada responden di ruangan kelas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan faktor religiusitas intrinsik, idealisme dan orientasi jangka panjang tradisi pada etika konsumen. Sedangkan faktor materialisme, relativisme dan orientasi jangka panjang terencana menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan.

Penelitian ini diharapkan membantu produsen memahami pengaruh religiusitas, idealisme, materialisme, relativisme, dan orientasi jangka panjang pada etika konsumen sehingga dapat mengantisipasi dampak negatifnya dengan tepat. Penelitian semacam ini selanjutnya disarankan untuk terus dilakukan terutama di negara yang memiliki keberagaman agama yang lebih banyak.

Kata kunci: Religiusitas intrinsik, materialisme, idealisme, relativisme, orientasi jangka panjang terencana, orientasi jangka panjang tradisi dan etika konsumen.

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the effect of religiosity, idealism, materialism, relativism and long-term orientation on consumer ethics. The sample used in this study was students at three universities in West Aceh. The sampling method used in this study was purposive sampling as many as 350 respondents with criteria aged 18 years to 24 years. Research data collection uses a questionnaire that is distributed directly manually to respondents in the classroom. The data analysis method used is multiple linear regression analysis.

The results of hypothesis testing indicate the positive and significant influence of intrinsic religiosity factors, idealism and long-term orientation of tradition on consumer ethics. While materialism, relativeism and planned long-term orientation show significant negative effects.

This research is expected to provide further knowledge about what factors have a positive and negative effect on consumer ethics so as to help producers and governments to anticipate and influence consumers on these factors appropriately. This research then suggests adding mediation or mediation variables.

*Keywords: Intrinsic religiosity, materialism, idealism, relativism, planned long-term orientation, long-term orientation of tradition and consumer ethics*