



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sultan Thaha Saifuddin Jambi

**PENGARUH ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP HEDONISME
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FEBI
UIN STS JAMBI MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**
(Studi pada Mahasiswi Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)

SKRIPSI



Oleh:

WINY MELDIANI

NIM: 501190364

Pembimbing 1: Nurlia Fusfita, M.Ed. Dev

Pembimbing 2: Erwin Saputra Siregar, M.E

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SULTAN THAHIA SAIFUDDIN JAMBI
2025**



@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sultan Thaha Saifuddin Jambi

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Winy Meldiani
NIM : 501190364
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **"PENGARUH ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FEBI UIN STS JAMBI MENURUT PERSPEKTIF ISLAM"** adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak sesuai dengan hukum yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, termasuk pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan seperlunya

Jambi, Oktober 2024

Yang Menyatakan



Winy Meldiani
501190364



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Jambi, 23 Januari 2025

Pembimbing I : Nurlia Fusita, M.Ec.Dev
Pembimbing II : Erwin Saputra Siregar, S.E.I., M.E
Alamat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi
Jl Lintas Jambi-Muaro Bulian KM. 16 Simpang Sungai Duren Kab. Muaro
Jambi Kode Pos 36124
Website :<https://febi.uinjambi.ac.id>

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi
Di-

Jambi

NOTA DINAS

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudari WINY MELDIANI NIM: 501190364 yang berjudul: "

PENGARUH ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FEBI UIN STS JAMBI MENURUT PERSPEKTIF ISLAM

(Studi pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)" telah disetujui dan dapat diajukan untuk diujikan pada ujian skripsi dengan tujuan melengkapi tugas dan memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Maka dengan ini kami mengajukan skripsi tersebut agar dapat diterima dengan baik. Demikian nota dinas ini kami buat, kami ucapan terimakasih. Semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, masyarakat dan bangsa.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang menyatakan,

Dosen Pembimbing I



Nurlia Fusita, M.Ec.Dev
NIP. 198908072019032010

Dosen Pembimbing II



Erwin Saputra Siregar, S.E.I., M.E
NIP. 199012312019031019



@ Hak cipta milik UIN SuthaJambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl Lintas Jambi-Muaro Bulian KM. 16 Simpang Sungai Duren Kab. Muaro Jambi Kode Pos 36124
Telp/Fax : (0741) 583183 - 584118 Website : <https://febi.uinjambi.ac.id>

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-502211135/D.V/PP.00.9/10/2025

Skripsi dengan judul:

PENGARUH ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FEBI UIN STS JAMBI MENURUT PERSPEKTIF ISLAM
(Studi pada Mahasiswi Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)

Yang disusun oleh:

Nama : WINY MELDIANI
NIM : 501190364
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Nilai Munaqasyah : 79.05 (B+)

telah diujikan pada sidang skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi pada tanggal 26 Agustus 2025. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam kajian Ekonomi Syariah(S.E.).

Susunan Tim Pengaji:

Tanda Tangan

1 Ketua Pengaji



Dr. Drs. H. Maulana Yusuf, M.Ag

NIP. 196310251992031005

Pengaji I



Mellyya Embun Baining, S.E., M.E.I

NIP. 198405172011012012

Pengaji II



Syahril Ahmad, S.Sy., M.E

NIP. 198909282023211026

Pembimbing I



Nurlia Fusita, M.Ed.Dev

NIP. 198908072019032010

Pembimbing II



Erwin Saputra Siregar, S.E.I., M.E

NIP. 199012312019031019

Sekretaris



Hidayati, S.Ag., M.Pd.I

NIP. 197302071994012001

Jambi, 6 Oktober 2025

Dekan



Dr. Rafidah, S.E., M.E.I., CCIB

NIP. 197105151991032001



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

MOTTO

إَعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهُوَ وَرَزْيَةٌ وَتَفَاحِرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْأَمْوَالِ
وَالْأَوْلَادِ كَمَثْلٍ غَيْثٍ أَعْجَبَ الْكُفَّارَ نَبَاتَهُ ثُمَّ يَهِيجُ فَتَرَاهُ مُصْفَرًا ثُمَّ يَكُونُ حُطَامًا
وَفِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَغْفِرَةٌ مِنْ اللَّهِ وَرِضْوَانٌ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعٌ
الْعُرُورُ (٢٠)

Artinya : "Ketahuilah bahwa kehidupan dunia itu hanyalah permainan, kelengahan, perhiasan, dan saling bermegah-megahan di antara kamu serta berlomba-lomba dalam banyaknya harta dan anak keturunan. (Perumpamaannya adalah) seperti hujan yang tanamannya mengagumkan para petani, lalu mengering dan kamu lihat menguning, kemudian hancur. Di akhirat ada azab yang keras serta ampunan dari Allah dan keridaan-Nya. Kehidupan dunia (bagi orang-orang yang lengah) hanyalah kesenangan yang memperdaya."

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur saya persembahkan kepada allah SWT atas segala nikmat berupa kesehatan, kekuatan, dan inspirasi yang sangat banyak dalam proses penyelesaian skripsi ini. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan pada nabi Muhammad SAW. Yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada diri sendiri, terimakasih karena sudah bertahan sejauh ini, dan berusaha walau sering merasa gagal dan tertinggal atas segala pencapaian, untuk diriku “apapun kurang nya mari merayakan diri sendiri”.

Terimakasih kepada kedua orang tua saya tercinta (M. yusuf dan Munfaati). Alhamdulillah kini penulis sudah berada ditahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana ini, terimakasih telah menjaga saya dalam doa-doa yang tiada henti dipanjatkan, terimakasih atas dukungan dan kasih sayang yang tak terhingga sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, serta Saudara kandung saya Wiki Meliyanti yang tak luput memberikan doa, motivasi dan dukungan. Semoga allah SWT senang tiasa melindungi kalian dimanapun kalian berada.

Terimakasih kepada ibu Nurlia Fusrita, M.Ec.Dev selaku dosen pembimbing pertama dan bapak Erwin Saputra Siregar, M.E selaku dosen pembimbing kedua saya, atas bantuannya dalam membimbing penulis dan memberi semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.

Dan tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada teman baik saya Wahyu Tirta Wijaya dan teman seperjuangan saya, Tsari Bunga Hariri, Melisa Aprilia, Novi Widiyawati dan Wulan Matari serta semua orang yang telah membantu menemani selama perkuliahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh onlineshop dan gaya hidup hedonisme terhadap prilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN STS Jambi dalam perspektif Islam.. Adapun jenis penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh dari kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Onlineshop (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Online Shop memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis yang menunjukkan bahwa Online Shop berpengaruh positif dan signifikan terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. Gaya Hidup Hedonisme (X2) secara parsial berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup Hedonisme memiliki nilai signifikansi $0,046 < 0,05$ yang berarti hipotesis yang menunjukkan bahwa Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa, dan ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara pengaruh Onlineshop dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan anova dimana nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kombinasi keduanya membuat mahasiswa lebih rentan pada pembelian impulsif dan pola hidup konsumtif. Dalam perspektif Islam, perilaku konsumtif berlebihan tergolong pemberoran yang dilarang, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Isra': 27 dan QS. Al-Furqan: 67. Oleh karena itu, mahasiswa perlu meningkatkan literasi keuangan, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta menerapkan sikap sederhana dan bijak dalam berbelanja.

Kata Kunci: Online Shop, Gaya Hidup Hedonisme, Prilaku Konsumtif

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of online shopping and a hedonistic lifestyle on the consumptive behavior of FEBI UIN STS Jambi students from an Islamic perspective. This research uses a quantitative approach, with both primary and secondary data collected through questionnaires. The population in this study consists of students of the Faculty of Islamic Economics and Business at UIN STS Jambi. The sampling method applied is purposive sampling. The results show that the Online Shop variable (X1) partially has a positive influence on students' consumptive behavior. The findings indicate that Online Shop has a significance value of $0.000 < 0.05$, which means the hypothesis stating that Online Shop has a positive and significant effect on students' consumptive behavior is accepted. The Hedonistic Lifestyle variable (X2) also partially has a positive influence on students' consumptive behavior. The findings indicate that Hedonistic Lifestyle has a significance value of $0.046 < 0.05$, which means the hypothesis stating that Hedonistic Lifestyle has a positive and significant effect on students' consumptive behavior is accepted. Furthermore, there is a positive and significant simultaneous influence of Online Shop and Hedonistic Lifestyle on students' consumptive behavior. This is based on the ANOVA calculation, where the significance value is $0.000 < 0.05$. The combination of the two makes students more vulnerable to impulsive purchases and consumptive lifestyles. From an Islamic perspective, excessive consumptive behavior is considered wasteful, which is prohibited, as emphasized in QS. Al-Isra': 27 and QS. Al-Furqan: 67. Therefore, students need to improve their financial literacy, distinguish between needs and wants, and adopt a simple and wise attitude in shopping.

Keywords: *Online Shop, Hedonistic Lifestyle, Consumptive Behavior*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi.
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil' aalamiin, Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Online Shop Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi Menurut Perspektif Islam”** Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal ini dikarenakan keterbatasan penulis, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang memperbaiki segala kekurangan. Dengan penulis skripsi ini, penulis selalu mendapat bimbingan, arahan, motivasi, dan dukungan baik moril maupun materi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Ibu Nurlia Fusfita, M.Ec.Dev selaku pembimbing I dan Bapak Erwin Saputra Siregar,M.E selaku pembimbing II, terimakasih atas arahan dan bimbingannya semoga allah SWT senantiasa membela kebaikannya.
2. Bapak Prof. Dr. kasful anwar, M.Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Ibu Dr. Rafidah, S.E., M.E.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Ibu Dr. Elyanti Rosmanidar, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. M. Nazori, S.Ag., M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Dedek Kusnadi, S.Sos., M.Si., MM selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulta Jambi

5. Ibu Sri Rahma, S. E, M.E dan Ibu Rabiyatul Alawiyah, S.Pd., M.E selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan materi perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
7. Seluruh karyawan dan karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang telah memberikan pelayanan dan penyelesaian skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran dalam menyusun skripsi ini terimakasih banyak semoga kalian semua diberikan kelancaran dalam setiap urusannya.

Terimakasih atas jas yang telah diberikan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar dan semoga amal kebaikan yang telah diberikan dinilai sebagai ibadah oleh Allah SWT.

Disamping itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Maka dari itu, sangat diharapkan kritik dan sarannya yang bersifat membangun supaya bisa menjadi catatan perbaikan untuk kedepannya supaya lebih layak dan ilmiah. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penelitian selanjutnya.

Jambi, Oktober 2024

Penulis



Winy Meldiani
501190364

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	13
C. Batasan Masalah	14
D. Rumusan Masalah.....	14
E. Tujuan Penelitian	14
F. Manfaat Penelitian	14
G. Sistematika Penulisan	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN STUDI RELEVAN.....	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Perilaku Konsumen	16
2. Online Shop.....	20
3. Gaya Hidup	24
4. Perilaku Konsumtif	26
a. Konsep Penerapan Prilaku Konsumtif.....	27
b. Perilaku Konsumtif dalam Prespektif Islam	29
c. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

d. Karakteristik Prilaku Konsumtif.....	31
e. Tujuan Prilaku Konsumtif	32
f. Teknik Self Management Sebagai Upaya Penanganan Prilaku Konsumtif.....	32
g. Indikator Prilaku Kosumtif.....	33
h. Prilaku Konsumtif Mahasiswa	34
i. Batasan Konsumsi Dalam Ekonomi Islam	35
B. Studi Relevan	36
C. Kerangka Pemikiran.....	41
D. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	43
B. Metode Pengumpulan Data.....	44
C. Populasi dan Sampel	46
D. Metode Penarikan Sampel	47
E. Definisi Operasional Variabel.....	49
F. Metode Pengolahan Dan Analisis Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
B. Hasil Penelitian	60
C. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Implikasi	83
C. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	90
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	108

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulta Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulta Jambi

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Prilaku konsumtif mahasiswa febi Selama 3 bulan terakhir	8
Tabel 2. 1 Studi Relevan	36
Tabel 3. 1 Pengukuran tanggapan	45
Tabel 3. 2 Jumlah Mahasiswa FEBI Semester Genap.....	47
Tabel 3. 3 Tabel Operasional	49
Tabel 4.1 Distribusi Responden Tahun angkatan masuk UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.....	59
Tabel 4. 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif	60
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Online Shop (X1)	61
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Hedonisme (X2).....	61
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Prilaku Konsumtif (Y).....	62
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokorelasi.....	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Linear Berganda	66
Tabel 4. 11 Uji T (Parsial).....	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	69
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	69



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN

- J A M I
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultan Thaha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultan Thaha Jambi

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sultan Thaha Saifuddin Jambi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Internet	4
Gambar 1. 2 Pengguna dan Penetrasi e commerce di Indonesia.....	5
Gambar 1. 3 Platfrom E-commerce yang diminati di Indonesia.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	41

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia dalam menjalani hidup mereka tidak dapat dipisahkan dari kegiatan ekonomi. Salah satu cara untuk mempertahankan kehidupannya adalah dengan kegiatan mengkonsumsi. Perannya untuk mengatasi masalah mendasar seperti, pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Meski demikian, tindakan konsumsi seseorang tidak dapat dihindarkan dari perubahan kepentingan yang awalnya untuk memenuhi kebutuhan pokok berubah menjadi metode untuk memenuhi keinginan secara berulang-ulang akan suatu barang tanpa berfikir nilai kegunaan barang tersebut kejadian ini disebut dengan perilaku konsumtif.¹

Kegiatan perekonomian masyarakat mempunyai siklus kegiatan mulai dari kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi. Kegiatan produksi dimulai dari kemampuan masyarakat untuk memproduksi sebuah barang yang bernilai ekonomis dan didistribusikan kepada konsumen yang membutuhkan yang juga bagian dari anggota masyarakat. Komponen yang saling berkaitan tersebut akan silih berganti dialami oleh setiap anggota masyarakat dalam aktivitas kehidupannya. Kegiatan konsumsi adalah bagian dari siklus komponen yang sering dibicarakan dalam kegiatan perekonomian. Dimana kegiatan konsumsi mesti akan dilakukan setiap individu sebagai rangkai dari pemenuhan kebutuhan mereka sehari-hari yang setiap orang tentu akan berbeda pola konsumsi dalam memenuhi kebutuhan.² Generasi muda yang memahami dan menerapkan prinsip-prinsip manajemen strategi memiliki keunggulan dalam menetapkan

¹ Lutfiah Lutfiah, Muhammad Basri, and Heni Kuswanti, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak,” *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 11, no. 3 (2022),

² Habriyanto, “Studi Kualitatif Pola Konsumsi Masyarakat Kota Jambi pada Bulan Ramadhan Berdasarkan Faktor Sosial”. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), September 2019, pp.123-128



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultan Thaha Jambi

visi jangka panjang, mengenali kekuatan dan kelemahan diri, serta mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan industri.³

Perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku yang mengkonsumsi suatu barang secara berlebihan tanpa melihat nilai kegunaan barang tersebut untuk mencapai kepuasan atas dirinya secara maksimal. Perilaku ini mempengaruhi kehidupan mahasiswa yaitu sering mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan, hasrat besar untuk memiliki barang-barang tanpa memikirkan nilai kegunaan dan manfaat barang tersebut didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi kesenangan semata. Perilaku konsumtif juga dapat terjadi karena pembelian secara berlebihan tanpa adanyaperencanaan. Kebiasaan gaya hidup saat ini berubah dengan cepat dalam waktu yang relatif singkat ke arah yang berlebihan bahkan pemborosan.

Pola hidup mahasiswa yang berubah mengakibatkan mahasiswa tidak cermat dalam mengatur keuangan yaitu bukan berdasarkan skala prioritas, tetapi karena dipengaruhi oleh teman dan lingkungannya. Hal tersebut menimbulkan dilema, antara pemenuhan kebutuhan pokok yang pada kenyataanya lebih penting daripada pemenuhan kebutuhan gaya hidup untuk memenuhi simbol yang dapat diterima oleh lingkungan mereka. Terkait dengan anjuran untuk menabung, maka diperlukan suatu lembaga keuangan yang tidak hanya sebagai tempat menyimpan uang masyarakat tetapi juga sebagai tempat yang befungsi untuk mencegah masyarakat khususnya masyarakat muslim untuk tidak terjebak dengan kegiatan ekonomi yang bertentangan dengan syariat Islam.⁴ Fenomena tersebut menjelaskan alasan sekarang para mahasiswa berperilaku konsumtif. Berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhan, melainkan sesuai dengan hasrat dalam berbelanja. Berbelanja hanya untuk kesenangan saja dan tidak ada alasan pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, belum habis sebuah produk yang dipakai,

³ Pratiwi, Anggy Andesta., Dari, E., Anatasya, Oktovia., Camalia, Riyan., Mutia. Agustina. ‘Pentingnya Manajamen Strategi Untuk Karier Generasi Muda”. Jurnal Perspektif Manajemen dan Keuangan, 6 (3), Juli 2025. Hal. 8

⁴ Khairunnisa, Febby Hanum. “Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Jambi.” Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen Vol.2, No.1 Maret (2025)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merk lainnya atau dapat disebutkan yaitu membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang yang sudah tidak lagi mempertimbangkan kebutuhan, akan tetapi hanya sekedar ingin bergaya dan menambah daya tarik penampilan.

Indonesia merupakan salah satu dari penduduk dunia yang kehidupannya beriringan dengan kemajuan globalisasi. Adanya globalisasi ini mendorong perkembangan yang pesat bagi kemajuan dunia teknologi dan informasi. Kemajuan teknologi saat ini menjadikan masyarakat dengan mudah mengakses informasi tentang kebutuhan maupun informasi kegiatan konsumsi. konsumsi adalah proses kegiatan dalam mengambil keputusan untuk memilih, menggunakan dan mengkonsumsi produk serta faktor yang mendorong keputusan memilih dan penggunaan produk tersebut.⁵ Kurangnya pengetahuan keuangan dalam hal keterampilan keuangan diatas diakibatkan oleh pendidikan. Pengetahuan keuangan dapat diperoleh dari pendidikan formal dan sumber-sumber informal. Pendidikan formal ini seperti program sekolah tinggi atau kuliah, seminar, dan kelas pelatihan di luar sekolah. Sedangkan sumber-sumber informal dapat diperoleh dari lingkungan sekitar, seperti dari orang tua, teman, dan rekan kerja, maupun yang berasal dari pengalaman sendiri.⁶

Perkembangan teknologi informasi yang meningkat mengakibatkan e-bisnis atau e-commerce juga terus berkembang. Dengan demikian lebih mempermudah seorang konsumen untuk melakukan pencarian informasi melalui browsing. Konsumen yang suka berbelanja, memiliki kecenderungan lebih besar untuk mencari informasi melalui browsing. Browsing atau surfing yaitu kegiatan berselancar di internet. Kegiatan ini dapat dianalogikan layaknya berjalan-jalan di mal sambil melihat ke toko-toko tanpa membeli apapun. Masyarakat dapat saling

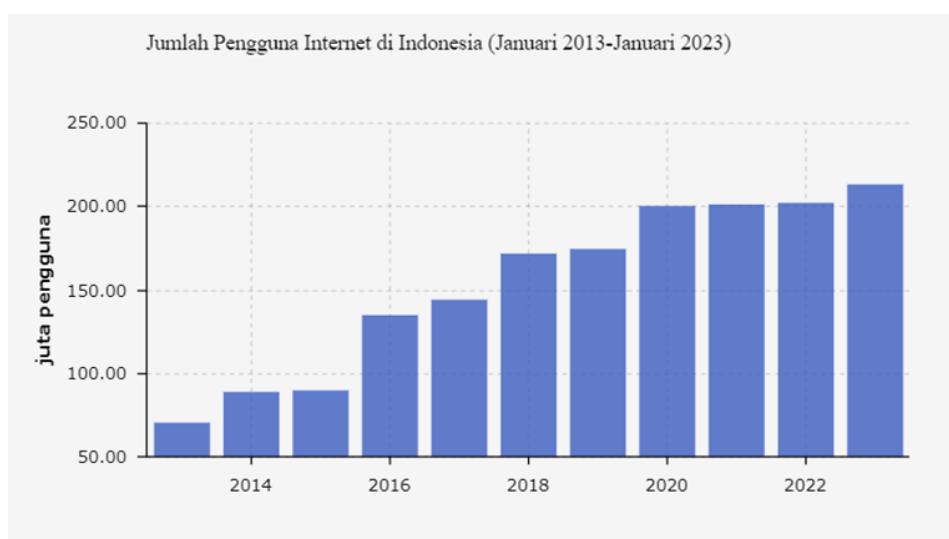
⁵ (Anggraeni & Khasan, 2018)

⁶ Rifki, Muhammad., Syahrizal, Ahmad., Budianto, Achyat. "Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan dan Locus of Control terhadap Perilaku Manajemen Bisnis pada SMKMParfum Reffil di Kota Jambi". *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*. Volume. 3 Nomor. 2 April (2025). Hal. 246-260

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulta Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulta Jambi

terhubung ke seluruh dunia sehingga pertukaran informasi mulai dari proses penyampaian sampai penerimaan informasi dapat terjadi secara global sehingga internet menjadi kebutuhan bagi masyarakat khususnya para mahasiswa. Penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada setiap tahunnya.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna.⁷ Berdasarkan konten komersial yang paling sering dikunjungi, pengguna Internet paling sering mengunjungi web *e-commerce* sebesar 82,2 juta atau 62%, selebihnya ada 34,2% bisnis personal dan lainnya sebesar 3,8%. Ini merupakan angka yang fantastis berarti bahwa *e-commerce* sangat diminati masyarakat. Dengan adanya *e-commerce* semua orang dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan hidup sehari hari tanpa harus keluar rumah. Inilah yang memicu masyarakat senang melakukan belanja online dan menjadi lebih konsumtif karena begitu banyaknya *e-commerce* yang menawarkan barang dan jasa yang menarik dengan harga dan kualitas yang bervariasi.⁸



Gambar 1. 1 Data Penggunaan Internet
Sumber : APJI 2022

⁷ Apjii.or.id diakses pada tanggal 28 april 2023 pukul 20.35 WIB

⁸ <https://panduan-digital.net/> diakses pada tanggal 28 april pukul 22.00 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli;

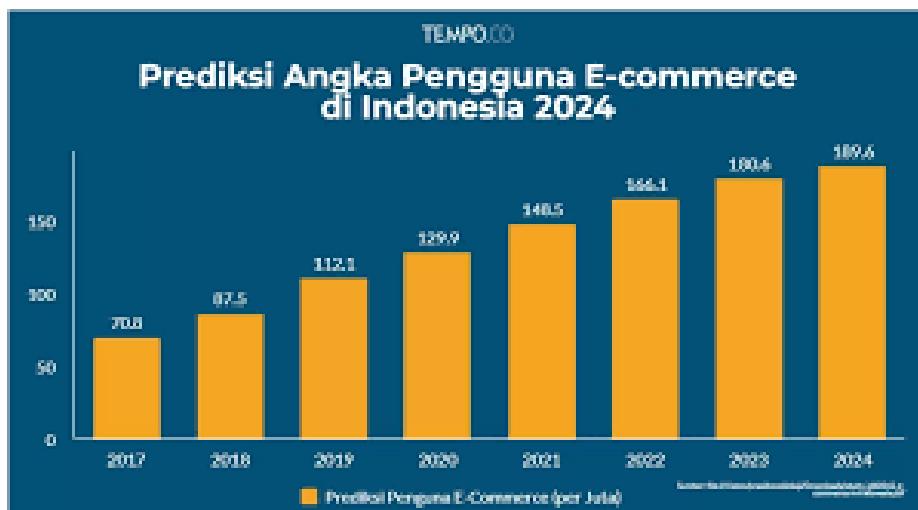
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah;

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulta Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulta Jambi

Seiring dengan tingginya pertumbuhan pengguna internet di Indonesia menimbulkan perubahan perilaku terutama dalam pola berbelanja. Masyarakat lebih cenderung memilih berbelanja secara online dibanding secara konvensional. Data bank Indonesia menyebutkan, transaksi toko online di Indonesia sepanjang 2018 lalu mencapai Rp. 77,766 triliun yang mengalami peningkatan sebanyak 151% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya mencapai Rp. 30,942 triliun.⁹

Peningkatan penjualan berbasis Business to Customer menjadi bukti berkembangnya e commerce di Indonesia. Berdasarkan data yang dipublikasi oleh Data boks menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengguna dan penetrasi ecommerce di Indonesia dari tahun ke tahun. Berikut grafik kenaikan nilai transaksi e commerce di Indonesia mulai tahun 2017 :



Gambar 1. 2 Pengguna dan Penetrasi e commerce di Indonesia

Sumber: Statista 2023

Berdasarkan data yang dipublikasi oleh kata data jumlah pengguna e-commerce di Indonesia pada 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian naik 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna di tahun lalu. Tahun ini diproyeksikan akan mencapai 168,3 juta pengguna dan 212,2 juta pada 2023. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada tahun 2023, menjangkau

⁹ "Pengguna internet di Indonesia terus tumbuh" [Pengguna Internet Di Indonesia Terus Tumbuh \(zonautara.com\)](http://www.zonautara.com) [diakses 13 Maret 2023]



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

lebih dari 215 juta jiwa dari total populasi sekitar 276 juta jiwa. Lebih lanjut, hasil survei APJII juga memberikan gambaran penetrasi internet berdasarkan klasifikasi provinsi. Provinsi Banten menempati posisi tertinggi dengan tingkat penetrasi internet sebesar 89,10 persen, diikuti oleh DKI Jakarta dengan 86,96 persen, Jawa Barat dengan 82,73 persen, Kepulauan Bangka Belitung dengan 82,66 persen, Jawa Timur dengan 81,26 persen, Bali dengan 80,88 persen, Jambi dengan 80,48 persen, dan Sumatra Barat dengan 80,31 persen. Data ini mencerminkan tingkat konektivitas yang signifikan di seluruh Indonesia, dengan beberapa provinsi mencapai tingkat penetrasi internet di atas 80 persen.¹⁰

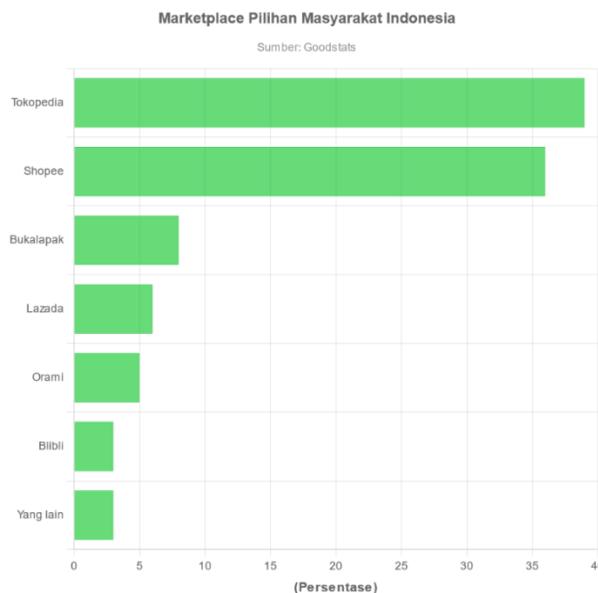
Belanja online membawa tren tersendiri bagi masyarakat modern dengan adanya fitur-fitur canggih yang membawa manusia pada era belanja mudah dan hemat tenaga. Seiring dengan perkembangan metode jual beli online, pasar elektronik memiliki berbagai jenis sesuai dengan sifat hubungan pelaku pasar. Jenis pasar elektronik yang sering dijumpai di sekitar kita adalah marketplace. Marketplace adalah pasar dengan proses transaksi yang dilakukan antara perusahaan yang saling berkepentingan. Transaksi jual-beli yang terjadi dalam marketplace melibatkan hubungan antar penjual bukan langsung pada tangan akhir atau pelanggan. Selain itu, pelaksanaan marketplace membutuhkan komitmen jangka panjang dari organisasi sehingga menimbulkan kepercayaan dari semua pihak terutama kepercayaan dari pelanggan. Marketplace tersedia berupa website dan aplikasi yang dapat diunduh pada setiap smartphone. Selain kemudahannya, aplikasi belanja online menawarkan beragam penawaran, mulai dari harga barang yang lebih murah, kualitas barang yang baik, pelayanan yang cepat dan praktis hingga promo menarik lainnya. Hal tersebut membuat semakin banyak orang yang tertarik untuk mengunduh dan bertransaksi di platform tersebut.

Keberdayaan ekonomi masyarakat merupakan Pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah perwujudan nyata peningkatan kesejahteraan dan kemajuan

¹⁰ Anggraeni, Lidya & Anggraini, Dassy. "Pengaruh E-Commerce dan QRIS Terhadap Pendapatan UMKM Berbasis E-digital di Kota Jambi". *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* Vol. 9, No.1 (Juni 2025), pp. 31-49

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
- Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufiha Jambi

masyarakat. Upaya ini bertujuan meningkatkan kualitas hidup dan martabat masyarakat melalui pembebasan dari kemiskinan dan keterbelakangan. Oleh karena itu, diperlukan partisipasi aktif dan kreatif dari seluruh lapisan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian ekonomi.¹¹



Gambar 1. 3 Platfrom E-commerce yang diminati di Indonesia

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa tokopedia Sebagai e-commerce paling diminati. Dengan adanya revolusi industri ke 4 yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi-teknologi yang semakin canggih memiliki salah satu dampak yaitu pergeseran budaya belanja, dari belanja konvensional ke belanja secara online melalui E-commerce. Dengan segala kemudahan dan promo yang ditawarkannya, budaya Ini juga berdampak ke mahasiswa-mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS jambi.

Beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi mengatakan bahwa selain karena kemudahan dan kepraktisannya mereka memilih belanja melalui *online shop* juga karena terpengaruh setelah melihat iklan mengikuti tren, serta tergiur setelah melihat foto-foto produk yang ditawarkan di E-commerce terlihat menarik walaupun setelah di pikir-pikir barang yang dibeli

¹¹ Rahma, Sri. "Penerapan Green Economy dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Bank Sampah (Studi Kasus pada Bank Sampah di Kota Jambi)". *Ekonomis: Journal of Economics and Business* Vol 9, No 1 (2025): Maret, 326-332



tidak begitu dibutuhkan. Sehingga terjadilah perilaku konsumtif karena mereka membeli barang atas dasar keinginan bukan kebutuhan. Ditambah dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan kampus seperti free WiFi dan hotspot area sangat mendukung bagi mahasiswa ditambah dengan mudahnya akses ke internet.

Tabel 1. 1 Prilaku konsumtif mahasiswa febi Selama 3 bulan terakhir

No.	Nama	Aplikasi yang digunakan untuk belanja online	Barang yang dibeli
1	Indah putri	Shoppe	Fashion
2	Putri rezki ramadhani	Lazada	fashion
3	sherly	Tiktok-Shop	fashion
4	Mawar rida nauraya	Shoppe	Fashion
5	Rezki amelia sari	Shoppe	Beauty Care
6	Fitri erlinda	Shoppe	Beauty Care
7	Riska ariskia putri	Tiktok Shop	Fashion
8	Nella putri	Tokopedia	Beauty Care
9	Dewi sartika	Shoppe	Fashion
10	Egi lestari	Tiktok Shop	Fashion

Sumber: Observasi pada Tanggal 8 Januari 2024

Berdasarkan wawancara bersama salah satu mahasiswa FEBI mereka mengungkapkan bahwa, dalam sebulan mereka bisa lebih dari enam kali berbelanja online melalui platform *e-commerce* Shopee. Dalam proses pembelian mereka cenderung berbelanja fashion yang mana hal tersebut belum tentu mereka perlukan seperti *makeup*, pakaian, sepatu, jilbab dan lain sebagainya. Seperti pada mahasiswa Indah Putri, yang mana setiap bulan ia selalu upgrade sepatu maupun pakaiannya. Hal tersebut didasarkan pada keyakinan diri sendiri untuk bergaya hidup sesuai keinginannya, hal ini penyebab *hedonisme* yang paling utama. Konsumtif hedonisme cenderung menimbulkan perilaku konsumtif secara berlebihan, bahkan meski saat pemasukannya tak cukup untuk membiayai pengeluarannya.

Hal tersebut relevan dengan yang dilakukan mahasiswa yang bernama Sherly, dimana dalam sebulan ia bisa menghabiskan waktunya untuk berbelanja

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

lebih dari tujuh belas kali melalui aplikasi tiktok seperti membeli jilbab, pakaian, *flatshoes* dan alat yang lainnya. Hal tersebut didasarkan bahwa belanja online sangat memudahkan dirinya dalam mengakses kebutuhan yang ia perlukan. Selain itu gaya hidup yang dilakukan Sherly untuk memenuhi hasrat hedonismenya karena dipengaruhi oleh temannya yang sesama mahasiswa.

Peneliti juga mewawancari mahasiswa yang bernama Nella Putri, ia menyatakan bahwa selama beberapa bulan terakhir ia selalu berbelanja alat kecantikan seperti *skincare*, *makeup* hingga *body lotion* untuk menunjang penampilannya. Karena ia beranggapan bahwa belanja *beatycare* secara online sangat membantu dirinya dalam mencari sesuatu yang ia perlukan meskipun hal tersebut belum tentu penting bagi dirinya.

Mahasiswa merupakan remaja yang paling sering terpengaruh oleh modernisasi. Adanya modernisasi dan kemajuan teknologi seiring perkembangan zaman akan berdampak pada gaya hidup serta perilaku mahasiswa. Mahasiswa akan berlomba-lomba mengikuti tren yang menuju gaya hidup hedonis sehingga menjadi kebiasaan yang mereka senangi. Mahasiswa yang memerlukan pengakuan dilingkungan sosial cenderung mencontoh lingkungannya apalagi dari kelompok orang sebayanya, sehingga mahasiswa gampang terbawa-bawa oleh apapun kegiatan yang dicoba orang sebayanya seperti dalam kegiatan membeli. Mahasiswa cenderung melaksanakan penyesuaian diri yang berlebihan hanya untuk mendapatkan pengakuan sosial. Demi pengakuan tersebut, mahasiswa dapat berperilaku konsumtif, membeli sesuatu benda ataupun jasa bukan sebab dengan kebutuhan, tetapi bersumber pada sebab kemauan.¹²

Mahasiswa sering mengalokasikan uang untuk memenuhi keinginan mereka dari pada apa yang mereka butuhkan. Dampak dari perilaku hedonisme ini mengarah pada perilaku konsumtif yang tidak sejalan dengan konsumsi dalam islam. Oleh karena itu, individu modern harus dibekali dengan kecerdasan finansial untuk mengelola aset keuangan pribadinya secara bijak dan tepat. Kecerdasan finansial termasuk kemampuan yang sangat dibutuhkan seorang

¹² Hasnidar Thamrin and Adnan Achiruddin Saleh, “Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa” 11, no. 1 (2021). Hal. 2



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sufiha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufiha Jambi

individu untuk mengelola keuangannya. Dengan kecerdasan finansial sebagai tujuan akhir, dan penerapan metode pengelolaan keuangan pribadi yang benar, maka seorang individu diharapkan mendapatkan keuntungan yang maksimal dari uang yang dimilikinya.

Dikalangan mahasiswa FEBI sendiri perilaku *hedonisme* ini dapat di pengaruhi karena tidak ingin kalah dengan teman dalam hal barang bermerek, ingin mengikuti gaya hidup temannya dengan membeli barang-barang bagus, tidak ingin di anggap ketinggalan zaman (norak). Demi memenuhi gaya hidup lingkungannya, seseorang akan bersikap konsumtif, meskipun hal tersebut bertolak belakang dengan *realist* kebutuhan dan kemampuan yang di milikinya. Tidak terlepas bagi seseorang mahasiswa yang sedang berada pada kehidupan yang kompetitif. Mahasiswa bisa bebas untuk mengenakan pakaian yang mereka pilih, selagi pada batas peraturan yang berlaku, menggunakan demikian mahasiswa sebagai berkompetitif buat berpenampilan menarik dan memakai benda-benda yang sedang menjadi trend pada masanya agar terlihat menarik. Tren yang terjadi begitu cepat berubah-ubah Membuat orang yang melihatnya seperti berlomba-lomba untuk mengikutinya, meskipun hanya untuk mencobanya pastinya tidak sedikit mahasiswa yang mengikuti trend. Karena dengan mengikuti trend, akan menjadi lebih percaya diri.

Demi gaya hidup yang diinginkan, sebagian mahasiswa rela menghabiskan banyak uang hanya untuk kesenangan sesaat. Mereka membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang. Ditambah lagi ketika menggunakan aplikasi *online shop* yang serba mudah. Ketika membuka aplikasi *online shop* mereka akan langsung disuguhkan dengan banyak barang-barang yang menarik, sampai secara tidak sadar kita sudah menghabiskan waktu yang cukup lama untuk *menscroll* dan banyak memasukkan barang ke dalam keranjang pembelian. Niat awal yang hanya ingin melihat-lihat saja, hal tersebut akan mengakibatkan mereka untuk berubah fikiran dan akhirnya akan membeli banyak barang.

Mahasiswa yang memiliki gaya hidup berlebihan akan cenderung mengikuti trend dan mengakibatkan timbulnya perilaku boros. Perbedaan diantara kebutuhan dan keinginan dilihat dari faktornya seperti pada suatu kebutuhan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

berasal dari nurani seseorang itu sendiri sedangkan keinginan biasanya berasal dari lingkungan. Artinya individu akan lebih mengesampingkan kebutuhan dan memilih mementingkan Selaras dengan pendapat yang diutarakan oleh Wahyudi dan Sagita, bahwa seseorang yang mengkonsumsi suatu barang berdasarkan mengikuti keinginannya dan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhannya, maka hal ini akan mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif atau cenderung boros.

Perilaku belanja online yang konsumtif mempengaruhi mahasiswa di kampus kampus maupun masyarakat umum. Faktor lingkungan memiliki dampak yang signifikan terhadap bagaimana mahasiswa mengembangkan perilaku konsumtif mereka mahasiswa mengikuti fashion saat ini karena mereka memiliki akses terhadapnya, namun karena fashion itu sendiri terus menuntut ketidakpuasan dari konsumen yang memakainya, hal itu mendorong konsumen untuk terus mengkonsumsinya agar tetap mengikuti perkembangan zaman.¹³

Dalam hal konsumsi, Rasulullah selalu hati-hati dan membatasi diri sesuai dengan kebutuan dan tidak memperturutkan keinginan atau hawa nafsu. Namun karena semakin majunya perkembangan internet dan menjamurnya situs online shop perilaku berbelanja pun sangat lekat dimasyarakat terlebih dikalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan kalangan yang “melek” teknologi dan sangat dekat dengan dunia internet sehingga fenomena online Shop sangat dekat dengan mereka.¹⁴

Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal haram saja tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, sehat dan tidak menjijikan serta larangan israf.

Sebagaimana Allah SWT Berfirman dalam surah Al-Israa 26-27:

وَأَنْتَ ذَا الْفُرْبِي حَقَّهُ وَالْمِسْكِينُ وَإِنَّ السَّيِّئِ لَا تُثِيرْ ثَدِيرًا إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا لِحَوَانَ الشَّيْطَنِ وَكَانَ الشَّيْطَنُ لِرَبِّهِ كُفُورًا

¹³ Hasrullah Liong Misi and Merliana Asia Putri Darwis, “Pengaruh Aplikasi Belanja Online Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif,” *MARS Journal* 1, no. 12 (2023). Hal. 3

¹⁴ Mukmin Pohan et al., “Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan,” *Owner* 6, no. 2 (March 29, 2022): 1498–1508, <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.777>.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Artinya: “26. Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. 27. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhanmu.”

Fenomena empiris yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa mahasiswa FEBI UIN STS Jambi semakin akrab dengan tren belanja online melalui berbagai platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, hingga TikTok Shop. Aktivitas belanja yang awalnya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pokok kini mengalami pergeseran, sehingga lebih sering dijadikan sebagai gaya hidup. Banyak mahasiswa yang membeli barang-barang seperti pakaian bermerk, make-up, skincare, sepatu, tas, hingga aksesoris hanya karena tergiur promo, diskon, atau mengikuti tren yang sedang viral. Hal ini menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi dari sekadar memenuhi kebutuhan fungsional menjadi konsumsi simbolis yang lebih menekankan pada kepuasan diri, gengsi, dan citra sosial.

Selain itu, fenomena gaya hidup hedonisme semakin tampak dalam keseharian mahasiswa. Hedonisme tercermin dari perilaku yang selalu mengejar kesenangan, tampil menarik, dan mengikuti mode terkini. Aktivitas nongkrong di kafe, mengikuti tren fashion terbaru, hingga memamerkan barang belanjaan di media sosial menjadi kebiasaan yang cukup melekat di kalangan mahasiswa. Kondisi ini bukan hanya memperlihatkan perubahan gaya hidup, tetapi juga mendorong meningkatnya perilaku konsumtif, di mana pengeluaran lebih banyak difokuskan pada hal-hal yang bersifat keinginan daripada kebutuhan.

Kemudahan akses belanja online yang menawarkan sistem pembayaran instan, cicilan, hingga gratis ongkir semakin memperkuat perilaku konsumtif tersebut. Tidak jarang mahasiswa melakukan pembelian impulsif, yaitu membeli barang secara tiba-tiba tanpa perencanaan dan tanpa pertimbangan matang apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan atau tidak. Akibatnya, banyak di antara mereka yang kesulitan mengatur keuangan, menjadi boros, dan kurang mampu



membedakan kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti, mengingat mahasiswa FEBI sebagai bagian dari UIN STS Jambi seharusnya memiliki pemahaman lebih baik mengenai prinsip-prinsip ekonomi Islam, termasuk anjuran hidup sederhana, larangan israf (berlebih-lebihan), dan tabdzir (mubazir) dalam penggunaan harta.

Berdasarkan hasil survey awal peneliti dilapangan dapat dikatakan sebagian mahasiswa FEBI UIN STS Jambi mempunyai tingkat konsumtif yang berlebihan. Melihat kenyataan, tingginya minat konsumsi mahasiswa berbelanja online dilebih-lebihkan dan menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu akibat munculnya berbagai tren baru di masa kini. dan juga Faktor dari pengaruh iklan maupun sosial media. Menurut 10 informan yang menjadi data awal penelitian menyatakan bahwa alasan melakukan belanja online karena tren jaman sekarang, banyak model yang bisa dipilih, dan lebih mudah dalam bertransaksi dan pengaruh dari iklan media sosial yang semakin canggih dan meningkat. Maka dari itu, penulis ingin meneliti tentang **“Pengaruh Online Shop dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN STS JAMBI Menurut Perspektif Islam”**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, beberapa masalah dapat diidentifikasi, yaitu:

1. Hasil observasi yang dilakukan terdapat adanya perilaku konsumtif yang berlebihan tanpa memperhatikan manfaat dari suatu barang tersebut yang dilakukan pada mahasiswa FEBI UIN STS Jambi.
2. Hasil observasi yang dilakukan timbulnya perilaku boros dan hedonisme yang mulai timbul dan sulit terkontrol akibat pengaruh Iklan di Sosial Media pada Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi.
3. Maraknya penggunaan online shop di kalangan mahasiswa FEBI UIN STS Jambi yang tidak hanya untuk kebutuhan primer, tetapi juga kebutuhan sekunder dan tersier.
4. Adanya kecenderungan gaya hidup hedonisme pada sebagian mahasiswa yang lebih mengutamakan kesenangan, penampilan, dan mengikuti tren.

5. Meningkatnya perilaku konsumtif yang ditandai dengan pembelian impulsif, pengeluaran berlebih, dan kurangnya kemampuan membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

C. Batasan Masalah

Karena masalah yang dibahas dalam penelitian ini belum diteliti secara luas, maka penelitian ini hanya dibatasi pada pengaruh online shop dan gaya hedonism pada prilaku konsumtif mahasiswa febi menurut pandangan Islam.

D. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, dapat dirumuskan permasalahan nya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh onlineshop terhadap prilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN STS Jambi ?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap prilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN STS Jambi?
3. Bagaimana pengaruh onlineshop dan gaya hidup hedonisme terhadap prilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN STS Jambi dalam perspektif Islam?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh onlineshop terhadap prilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN STS Jambi.
2. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap prilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN STS Jambi.
3. Untuk mengetahui pengaruh onlineshop dan gaya hidup hedonisme terhadap prilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN STS Jambi dalam perspektif Islam.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan sumbangsih kepada masyarakat luas, khususnya masyarakat:

1. Secara Teoritis



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultaun Thaha Saifuddin Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultaun Thaha Saifuddin Jambi

Penelitian ini bertujuan untuk menjadi sumber ilmu dan pengetahuan bagi semua pihak yang ingin memahami dan mempelajari ilmu perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi Islam, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi

2. Secara Praktis

Dapat bermanfaat bagi mahasiswa muslim sehingga menjadi landasan sebagai acuan dalam mengkonsumsi barang diluar kebutuhan pokok yang sesuai dengan syariat islam khususnya mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi.

G. Sistematika Penulisan

Agar mempermudah penyajian dan pembahasan dalam penelitian ini, penulis menyusun sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang kajian pustaka, studi relavan, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang objek penelitian jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi oprasional variable, dan metode analisis data.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN STUDI RELEVAN

A. Kajian Pustaka

1. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Penelitian ini didasarkan pada Teori Behaviorisme yang dikemukakan oleh John B. Watson, yang merupakan teori utama dalam penelitian ini. Teori yang paling sesuai dengan landasan penelitian perilaku konsumtif, karena di era saat ini khususnya dilingkungan mahasiswa mereka cepat sekali terpengaruh oleh keadaan sekitar terkhusus temantemannya atau bisa dibilang mengikutit trend, banyak mahasiswa terjebak dalam pola konsumsi berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini didorong oleh keinginan untuk menunjukkan status sosial dan prestise, agar terlihat setara dengan teman atau lingkungan sekitar. Faktor lingkungan juga memainkan peran penting dalam mendorong perilaku konsumtif ini.

Behaviorisme adalah suatu teori yang mempelajari tingkah laku. Behaviorisme, teori psikologi yang berfokus pada perilaku yang dapat diamati dan diukur, menawarkan cara untuk memahami dan menjelaskan tingkah laku manusia. Perilaku ini dapat berupa tindakan yang terlihat (seperti berbicara atau menulis) atau tidak terlihat (seperti berpikir atau merasakan). Perilaku seseorang akan berubah berdasarkan konsekuensi yang diterimanya. John B. Watson, pencetus Behaviorisme, berpendapat bahwa perkembangan manusia ditentukan oleh stimulus yang mereka terima dari lingkungan. Lingkungan yang buruk dapat menghasilkan individu yang berperilaku buruk, sedangkan lingkungan yang baik dapat menghasilkan individu yang berperilaku baik.

Teori Watson menjadi landasan utama penelitian ini, menjelaskan bagaimana mahasiswa mudah terpengaruh gaya hidup di lingkungannya dalam berperilaku konsumtif. Mahasiswa saat ini, dipengaruhi oleh gaya hidup, cenderung mengkonsumsi berlebihan tanpa mempertimbangkan



SULTHAN THOBRAK FIRDAUSI
J A M I

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

kebutuhan, demi mendapatkan pengakuan dan rasa setara dengan lingkungannya.¹⁵ Bauran pemasaran adalah salah satu strategi pemasaran dalam penyebaran informasi secara luas, perkenalan akan suatu produk atau jasa serta menciptakan sebuah penggambaran akan suatu produk. Oleh karena itu, bauran pemasaran (marketing mix) memiliki tingkat potensi yang tinggi dalam menerapkan strategi pemasaran.¹⁶

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen: (1) proses pengambilan keputusan, dan (2) kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa ekonomis.¹⁷

Pemasar dapat memahami harapan konsumen yang akan membantu pemasar untuk memahami apa yang membuat konsumen membeli suatu produk maupun layanan, menilai jenis produk maupun layanan yang disukai konsumen, memahami kesukaan maupun ketidaksukaan konsumen atas produk maupun layanan, dan merancang strategi pemasaran perusahaan berdasarkan hasil pengamatan langsung di lapangan maupun hasil survei perilaku konsumen. Seperti dari hasil pengamatan maupun survei perilaku pembelian konsumen akan diperoleh data terkait dengan produk maupun layanan apa yang konsumen beli? merek apa yang paling disukai? mengapa mereka membelinya? kapan mereka membelinya? di mana mereka lebih suka membelinya? seberapa sering konsumen membelinya? seberapa sering mereka menggunakan? apa harapan mereka dari produk maupun layanan

¹⁵ Rudi Hartono, Hasbullah, and Sutomo, Teknologi Kinerja, 1st ed., (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022) 25.

¹⁶ Anggraini, M., Mubyarto, N., Anita, E., Munsarida. "Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pondok Cik Roza Kelurahan The Hok". *Jurnal Makesya*. 3 (1) (2023). Hal. 26

¹⁷ Aditya Wardhana, *Consumer Behaviour* (Jawa Barat: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2020). Hal. 1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

yang ditawarkan pemasar? bagaimana kinerja produk maupun layanan yang mereka rasakan? apakah mereka merasa puas atas produk maupun layanan yang diberikan oleh pemasar? apakah mereka akan membelinya kembali? apakah mereka akan merekomendasinya kepada orang lain? bagaimana konsumen saat menilai produk maupun layanan yang ditawarkan ketika berbelanja, bagaimana lingkungan konsumen seperti teman dan keluarga dapat mempengaruhi perilaku mereka, dan lain sebagainya. Pertimbangan pemasar dan konsumen pada kondisi Pandemi Covid-19 harus mendapat perhatian.

b. Jenis-Jenis Perilaku Konsumen

Jenis-jenis perilaku konsumen menurut Kotler dan Amstrong dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) *Complex buying behavior* merupakan jenis perilaku yang ditemui ketika konsumen membeli produk yang mahal, frekuensi pembeliannya relatif jarang, memiliki resiko, dan menunjukkan harga diri. Konsumen sangat terlibat dalam proses pembelian, merasakan adanya perbedaan yang signifikan antar merek, dan melakukan pertimbangan yang sangat cermat sebelum melakukan investasi bernilai tinggi. Seperti ketika konsumen membeli rumah atau mobil akan lebih kompleks dibandingkan dengan membeli bahan makanan pokok.
- 2) *Dissonance-reducing buying behavior* merupakan jenis perilaku konsumen yang sangat terlibat dalam proses pembelian produk yang mahal, pembeliannya relative jarang, atau beresiko tetapi mengalami kesulitan dalam menentukan perbedaan antar merek karena hanya melihat sedikit perbedaan antar merek tersebut. Mereka akan memberikan tanggapan terhadap harga yang sesuai atau kenyamanan menggunakannya. Seperti ketika konsumen membeli sepatu, konsumen akan memilih dari berbagai merek sepatu sejenis berdasarkan model, harga, dan kenyamanan, tetapi setelah pembelian, konsumen akan mengkonfirmasi apakah telah membuat pilihan yang tepat atau tidak tepat dengan memilih sepatu tersebut.



- 3) Habitual buying behavior merupakan jenis perilaku konsumen yang melakukan pembelian berdasarkan kebiasaan yang dicirikan oleh fakta bahwa konsumen memiliki keterlibatan yang sedikit dalam kategori produk atau merek karena perbedaan merek yang cukup signifikan. Seperti ketika konsumen berbelanja bahan makanan seperti roti dengan pergi ke toko roti dan membeli jenis roti pilihan konsumen, maka konsumen menunjukkan pola kebiasaan dan bukan loyalitas merek yang kuat.
- 4) *Variety seeking behavior* merupakan jenis perilaku konsumen dengan keterlibatan yang sedikit dan sedikit perbedaan antar merek sehingga konsumen membeli produk yang berbeda bukan karena mereka tidak puas dengan yang sebelumnya, tetapi karena mereka mencari variasi. Seperti ketika konsumen mencoba aroma pengharum ruangan yang baru dari berbagai pilihan aroma seperti aroma *fresh orange*, aroma *fresh apple*, aroma *therapy*, dan lain sebagainya.¹⁸

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu:

- 1) *Cultural factor* dimana budaya merupakan faktor penentu kebutuhan, keinginan dan perilaku konsumtif yang paling mendasar.
- 2) *Subcultures* dimana sub-budaya merupakan bagian kecil dari budaya yang terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan daerah geografis yang menentukan kebutuhan, keinginan dan perilaku konsumen.
- 3) *Social classes* merupakan pengelompokan masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hirarkis dimana anggota kelompok sosial tersebut menganut nilai, norma, strata, dan perilaku konsumtif yang relatif sama.
- 4) *Social factor* yang mempengaruhi perilaku pembelian, seperti:

¹⁸ Siti Samsiyah, *Perilaku Konsumen* (Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara, 2023). Hal.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- a) Reference group merupakan kelompok referensi individu dimana kelompok mempunyai pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku individu.
- b) Family bahwa keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga menunjukkan kelompok acuan utama yang paling berpengaruh.
- c) *Roles and status* bahwa keluarga, kelompok, dan organisasi sering menjadi sumber informasi penting dalam membantu mendefinisikan posisi individu dalam kelompoknya berdasarkan peran dan statusnya.
- d) *Personal factor* bahwa faktor pribadi meliputi usia, siklus hidup pembeli, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, gaya hidup, dan nilai juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi.¹⁹

2. Online Shop

a. Pengertian *Online Shop*

Lutfiana mendefinisikan belanja online adalah perilaku mengunjungi toko online melalui internet untuk mencari, menawar, atau membeli produk dengan niat membeli dan mendapatkan produk tersebut.²⁰ Belanja online adalah suatu proses pembelian barang atau jasa melalui internet melalui berbagai macam media sosial, blog, bahkan web. Era pasar dunia memunculkan persaingan antara perusahaan lokal juga asing, salahatunya seperti industri operator Telekomunikasi yang terus mengalami persaingan. Dengan adanya persaingan seperti itu maka mengharuskan perusahaan mempunyai kinerja yang bagus agar mampu menarik para pihak eksternal untuk berinvestasi pada perusahaan mereka karena kinerja keuangan suatu

¹⁹ Nora Anisa Br Sinulingga, *Perilaku Konsumen Strategi Dan Teori* (IOCS Publisher, 2023).

²⁰ Hidayat,Taufik, *Panduan Membuat Toko Online Dengan OsCommerce*. Jakarta: Mediakita, 2008.



SULTAN THAHA SAIFUDDIN

J A M I



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN THAHA SAIFUDDIN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

 - a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

perusahaan merupakan gambaran aktivitas yang dilakukan untuk mencapai tujuan usaha pada perkembangan industry Telekomunikasi.²¹

Menurut Kotler online shop menjadi salah satu bentuk pemasaran interaktif yang telah menjadi tren berbelanja dikalangan masyarakat. Membeli kebutuhan barang dan jasa sudah menjadi rutinitas konsumen saat ini. Pada awalnya penjualan barang dilakukan secara konvensional, yaitu antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli.²²

Seiring dengan kemajuan teknologi internet penjualan bisa dilakukan secara online. Toko online merupakan tempat berjualan yang sebagian besar aktifitasnya dilakukan secara online di internet terkecuali pengiriman barang yang harus dilakukan secara manual dan biasanya biaya pengiriman dibebankan pada konsumen. Toko online adalah website yang digunakan untuk menjual produk melalui internet. Pengunjung akan menilai kinerja situs web berdasarkan kemudahan penggunaan dan daya tarik fisik.²³ Kemudahan penggunaan memiliki tiga atribut: 1) situs itu dapat diunduh dengan cepat, 2) halaman pertama mudah dipahami, 3) mudah berpindah kehalaman lain yang terbuka dengan cepat. Sedangkan daya tarik fisik ditentukan oleh faktor: halaman individual bersih dan tidak disesaki dengan konten, 2) bentuk dan jenis huruf mudah dipahami, 3) situs web menggunakan warna (dan suara) yang baik. Situs web juga harus peka terhadap keamanan dan masalah perlindungan privasi.²⁴

Adapun kelebihan toko online bagi penjual dibandingkan toko konvensional adalah:

- 1) Modal untuk membuka toko online relatif Kecil.
- 2) Tingginya biaya operasional sebuah toko onvensional.

²¹ Siregar, S.Y., Nengsih, T.A., Siregar, E.S. "Analisis Kinerja Keuangan Dengan EVA Dan MVA Pada Perusahaan Telekomunikasi Periode 2015-2020". *Jurnal Makesya*, 2 (1). (2022). hal. 28

²² Philip Kotler dan Kevin Lan Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi Ke-13, Jakarta; Erlangga, 2008, Hal. 249

²³ Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

²⁴ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern cetakan ke-tigabelas*, Yogyakarta: Liberty, 2008, h. 120-122



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- 3) Toko online buka 24 jam dan dapat diakses dimana saja.
- 4) Konsumen dapat mencarai dan melihat katalog produk dengan lebih cepat
- 5) Konsumen dapat mengakses beberapa toko online dalam waktu bersamaan²⁵

Keuntungan toko online bagi pembeli diantaranya sebagai berikut:

- 1) Menghemat biaya, pembeli tidak harus mengeluarkan biaya lebih jika barang yang ingin dibeli hanya ada diluar kota.
- 2) Barang langsung bisa diantar kerumah.
- 3) Pembayaran dilakukan secara transfer sehingga transaksi lebih aman.
- 4) Harga lebih bersaing²⁶

Disamping ada keuntungan, ada juga kelemahan atau persoalan yang sering terjadi pada pembelian online seperti:

- 1) Produk yang diterima tidak sesuai dengan gambar katalog online.
- 2) Lamanya waktu pengiriman.
- 3) Respon yang lambat dari online shop dalam menanggapi order konsumen.
- 4) Ongkos kirim yang tergolong mahal.²⁷

1. Jual Beli Online Menurut Hukum Islam

Dalam aspek hukum Islam pada dasarnya jual beli online adalah mubah kecuali ada dalil yang melarangnya. Banyak sekali ayat Alqur'an yang menjelaskan bahwa berbisnis online ini diperbolehkan selagi tidak terdapat unsur riba, kedzaliman, monopoli, dan penipuan.²⁸ Bahaya riba terdapat dalam alquran diantaranya di QS. al Baqarah [2] ;275- 278, adan 279, QS. Ar-Rum [30]; 39, QS. An-Nisa [4]; 131.

²⁵ Priyanto, Duwi. *Panduan Mudah Bisnis Online*. Jakarta: MediaKom, 2009

²⁷ Inggi Septianie, Mariati Tirta Wiyata. " Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online Pada Platform E-Commerce Lazada Indonesia." Winter Jurnal, Vol.1 No.1 (Agustus, 2020), hal. 75.

²⁸ Ghufon Adjib, *Fiqh Muamalah II Kontemporer Indonesia*, Semarang: CV Karya Abadi Jaya , 2015, h. 32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Rasulullah Saw mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi suka sama suka (antara dhin). Karena berbisnis atau jual beli melalui online memiliki dampak positif karena dianggap cepat, praktis, dan mudah. Allah swt berfirman dalam QS. Al-Baqarah [2]: 275 :

وَأَخْلَقَ اللَّهُ الْأَبْيَعَ وَحَرَمَ الرِّبَا²⁹

Artinya: “.... Allah tlah menghalalkan jualbeli dan mengharamkan riba...”²⁹

al- Ba'i (jualbeli) dalam ayat termasuk didalamnya berbisnis atau jual beli melalui online. Namun jual beli online harus memenuhi syarat – syarat tertentu boleh atau tidaknya dilakukan. Adapun syarat mendasar diperbolehkannya berbisnis atau jual beli melaui online adalah sebagai berikut:³⁰

1. Rukun dan syarat jual beli online tidak bertentangan dengan rukun dan syarat dalam sistem hukum perikatan Islam.
2. Tidak mlanggar ketentuan syariat agama, seperti yang diharamkan dalam transaksi jual beli online yaitu, terdapat unsur- unsur haram, seperti riba, gharar (penipuan), bahaya, ketidakjelasan, merugikan hak orang lain, pemaksaan, dan barang atau jasa yang menjadi objek transaksi adalah halal.
3. Adanya kesepakatan perjanjian diantara kedua belah pihak (penjual dan pembeli) jika ada sesuatu yang tidak di inginkan antara sepakat (alimdhā') atau pembatalan (fasakh).
4. Adanya kontrol, sanksi dan aturan hukum yang tegas (lembaga yang berkompeten) untuk menjamin bolehnya berbisnis yang dilakukan transaksinya melaui online bagi masyarakat.

Hal yang sangat beresiko dalam transaksi online adalah adanya unsur gharar (penipuan atau sesuatu yang meragukan). Gharar adalah suatu akad yang tidak dapat diketahui secara jelas apakah efek akad bisa terlaksana atau

²⁹ Q.S. Al-Baqarah 2 : 275, *Terjemahan Qur'an Kemenag 2019*

³⁰ Tira Nur Fitria, “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 03 No. 01, Maret 2017, h. 59



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

tidak.³¹ Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 dalam pasal 2 ayat 3 menjelaskan bahwa yang dimaksud “gharar” adalah transaksi yang mengandung tipuan dari salah satu pihak sehingga pihak yang lain dirugikan.³² Gharar bisa disebabkan karena tidak adanya kemampuan pihak yang berakad untuk menyerahkan objek akad, lantaran tidak mempunyai wilayah atas objek, tidak adanya kejelasan sifat objek, volume dan waktu.³³ Larangan gharar secara umum terdapat di dalam Quran Surat Luqman yang artinya : “... Sesungguhnya janji Alloh pasti lah benar, maka janganlah sekali- kalinya terpedaya oleh kehidupan dunia, dan janganlah sampai kalian terpedaya oleh para penipu dalam (mentaati Allah).

3. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya hidup

Gaya hidup di identifikasikan sebagai cara hidup dimana seseorang menghabiskan waktu mereka. Konsep gaya hidup dan kepribadian sering kali disamakan, padahal sebenarnya keduanya berbeda. Gaya hidup lebih menunjukkan pada seseorang individu bagaimana ia menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uangnya dan bagaimana memanfaatkan waktunya. Walaupun konsep tersebut berbeda, namun antara gaya hidup dengan kepribadian saling berhubungan. Kepribadian merefleksikan karakteristik internal dari konsumen, gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu perilaku yang ditampilkan konsumen.³⁴

Gaya hidup menurut Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Terjadinya krisis keuangan diberbagai negara yang

³¹ Amin Nur Baits, *Pengantar Fiqh Jual Beli*, Jogjakarta: Pustaka Muamalah, 2016, h.2

³² Hidayah, Ardiana. —Jual Beli E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Islam.|| *Jurnal Universitas Palembang* 17, no. 1 (2019): 84–93.

³³ Ali Hasan, M. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam Fiqh Muamalat*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.

³⁴ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabetika 2017 hlm 185



SULTAN THAHA SAIFUDDIN

J A M I

I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

berulang kali diakibatkan yang dari berbagai penyebabnya adalah diberlakukannya tingkat suku bunga dan spekulasi, dimana kedua hal tersebut diberikan ruang yang begitu luas dalam tataran kegiatan perekonomian.³⁵ Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya. Ini juga terjadi pada mahasiswa, gaya hidup satu mahasiswa satu akan berbeda dengan mahasiswa lainnya. Bahkan, dari masa ke masa gaya hidup suatu individu atau kelompok tertentu akan bergerak dinamis. Namun demikian, gaya hidup tidak cepat berubah, sehingga pada waktu kurun tertentu gaya hidup relative permanen. Gaya hidup seseorang juga bisa dilihat pada apa yang disukainya dan disenanginya.³⁶

b. Indikator dan Pengukuran Gaya Hidup

Dalam indikator Gaya Hidup seseorang antara lain:

1) Kegiatan (*Activity*)

Kegiatan dengan pertanyaan apa yang dikerjakan seseorang, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang, serta berbagai aktivitas lainnya. Kegiatan biasanya dapat diamati.

2) Minat (*Interest*)

Minat berhubungan dengan kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup seseorang, minat juga berkaitan dengan objek, peristiwa, atau topic tertentu yang menjadi perhatian khusus maupun terus menerus bagi seseorang, menjadi pusat perhatian.

3) Opini (*Opinion*)

Opinion merupakan pendapat pandangan dan perasaan seseorang dalam menanggapi isu-isu tertentu. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan

³⁵ Hardi, Eja Armaz. "Analisis Peluang dan Ancaman Produk Pasar Modal: Studi Kasus Sukuk di Indonesia" *Kontekstualita*, Vol. 30, No. 2, (2015). hal. 167

³⁶ Mowen dan Minor, op.cit. hlm 148

dengan peristiwa masa yang akan dating, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.³⁷

4. Perilaku Konsumtif

Perilaku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.³⁸ Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia konsumtif adalah bersifat konsumsi tindakan seseorang dalam menggunakan produk yang bergantung pada hasil produksi pihak lain.³⁹

Menurut Schiffman perilaku konsumtif sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.⁴⁰ Menurut Ancok dalam Ningrum “Perilaku konsumtif adalah kecenderungan masyarakat untuk melakukan konsumsi tiada batas.” Manusia lebih mementingkan faktor emosinya daripada tindakan rasionalnya atau lebih mementingkan keinginannya daripada kebutuhannya.⁴¹

Apriliya dan Hartoyo mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis di dalam kehidupannya yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan.⁴² Dalam perilaku konsumtif konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumtif terdapat kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi atau terpuaskan. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang

³⁷ Doni Juni Priansa, *Op.Cit*, h. 189-190

³⁸ Tim Penyusun Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 859

³⁹ Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 750.

⁴⁰ Hanum, Nurlaila.” Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa.” *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol. 1, No. 2 (Oktober 2017) , 115..

⁴¹ Etta Mamang Sangadji, Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI, 2013.

⁴² Aprilia & Hartoyo. “Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung)” dalam *Jurnal sosiologi*. Vol. 15, No. 1: 2014.



hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial, tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak.⁴³

Dari pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yg tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrta yang besar untuk memiliki benda-benda mewah yang berelebihan dan penggunaan segala hal yang di anggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memnuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah sebagai berikut :⁴⁴

1. Faktor-faktor kebudayaan, yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kebudayaan, sub budaya dan kelas sosial
2. Faktor pribadi, yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu umur, tahapan dalam siklus, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
3. Faktor-faktor psikologis, yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu motivasi dan persepsi

a. Konsep Penerapan Prilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif berkaitan dalam merencanakan keuangan mahasiswa. Hal ini disebut dengan konsep *Consumptive Behavior Planning*. Untuk mewujudkan hal tersebut tentu dimulai dari perencanaan keuangan. Perencanaan keuangan diartikan sebagai proses yang dimulai dari merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi.

Tentu dalam rencana keuangan dibutuhkan strategi apabila dijalankan oleh seseorang akan membantu dalam mencapai tujuan keuangan dimasa datang. Dalam hal ini, tentu melakukan kegiatan yang memperkirakan dengan pendapatan dan pengeluaran yang akan datang

⁴³ Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.

⁴⁴ Minor, Mowen. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dengan mencatat pendapatan dan pengeluaran agar perencanaan sesuai dengan yang direncakan.⁴⁵

Sedangkan menurut Primus Dorimulu menyatakan bahwa perencanaan atau financial planning merupakan proses mencapai tujuan hidup yakni masa depan yang sejahtera dan bahagia melalui penataan keuangan. Fenomena perilaku konsumtif banyak terjadi dikalangan mahasiswa, karena pada masa remaja menginjak dewasa seseorang masih mencari jati diri. Pada masa remaja harus diiringi dengan pemahaman konsep perencanaan perilaku konsumtif untuk menghindari perilaku konsumtif. Perilaku konsumsi individu akan cenderung menyukai hal baru yang cukup menantang bagi dirinya, hal tersebut dikarenakan remaja berupaya untuk mencapai kemandirian dan menemukan identitas dirinya. Sementara remaja akan mengalami perubahan fisik, mental, hobi, dan keinginan. Pemuasan keinginan mahasiswa menjadi tak menentu yang mengakibatkan mahasiswa menjadi lebih konsumtif.

Perilaku konsumtif mahasiswa memiliki banyak perubahan. Perubahan terjadi dari perkembangan teknologi saat ini. Dengan kebutuhan yang menjadi semakin kompleks membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif.⁴⁶ Kebutuhan dasar yang dimiliki setiap orang dalam mengelola keuangan serta melakukan investasi untuk mencapai kesejahteraan di masa depan serta terhindar dari problem keuangan. Pola perilaku konsumtif didasarkan pada kecenderungan atas kesenangan pribadi dan hasrat.⁴⁷

Latar belakang orang tua akan berpengaruh terhadap perilaku anak termasuk dalam hal perilaku konsumsi. Keluarga adalah aspek paling penting dalam sosialisasi pertama dimana anak dapat belajar mengelola uang sakunya dan memposisikan diri sebagai konsumen pasar. Latar belakang orang tua termasuk di dalamnya yaitu pekerjaan orang tua dapat

⁴⁵ Kotler, Philip. Manajemen, *Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Edisi B. Indonesia Alih Bahasa: Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Jakarta: PT Prehallindo 1997.

⁴⁶ eta Mamang Sangadji, Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI, 2013

⁴⁷ Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

mempengaruhi sikap anak dalam melakukan kegiatan belanja, menabung, dan mengelola keuangannya. Dalam hal ini mahasiswa belum memiliki pengetahuan perencanaan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang kondisi ekonomi. Perlu dilakukan pengelolaan keuangan yang terencana dalam rangka mencapai kesejahteraan keuangan di masa depan. Serta sikap yang bijak dalam merencanakan keuangan.

Selain itu mengimplementasikan ilmu yang sudah dimiliki tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dapat disimpulkan bahwa, dengan adanya konsep penerapan perilaku konsumtif maka akan bijak dalam pengambilan keputusan dalam suatu barang. Tanpa penerapan perilaku konsumtif dengan baik, maka segala tujuan seseorang di masa yang akan datang akan sulit di capai. Itulah sebabnya, siapapun wajib memahami dasar-dasar konsep penerapan dengan baik dan bijak . Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwasannya mahasiswa belum mampu mengelola pengeluarannya dengan baik, serta belum mampu disiplin dalam membelanjakan uang saku, sebagian besar uang saku digunakan untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan. Hal tersebut terlihat dari aktivitas mahasiswa yang cenderung suka menghabiskan uang untuk hobi, berbelanja, dan pergi berekreasi bersama teman. Mahasiswa lebih sering menggunakan barang yang ingin dipakai dan harapkan dari pada yang mereka butuhkan, mahasiswa umumnya lebih tertarik untuk membeli produk jika ada diskon di mall bahkan mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman. Selain itu mahasiswa juga cenderung suka melakukan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya.⁴⁸

b. Perilaku Konsumtif dalam Prespektif Islam

Konsumsi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia karena untuk bertahan hidup. Manusia harus makan untuk hidup, berpakaian untuk melindungi tubuhnya dari berbagai perubahan suhu, mempunyai rumah untuk berteduh, berkumpul dengan keluarga dan

⁴⁸ “Ida Zakiah Sofyan_Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto).Pdf,” n.d.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

berlindung dari hal yang mengganggu dirinya dan juga kebutuhan lain untuk melengkapi atau faktor pendukung memenuhi kebutuhannya.⁴⁹

Konsumsi berlebih-lebihan dalam Islam disebut dengan pemborosan (*israf*) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Israf* berarti mengeluarkan pembelanjaan yang tidak memiliki manfaat dan dilarang menurut hukum Islam. Pembelanjaan yang dianjurkan dalam Islam adalah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan dilakukan dengan cara rasional. *Israf* dilarang dalam *Al-Quran*. *Tabzir* berarti membelanjakan uang untuk sesuatu yang dilarang menurut hukum Islam.⁵⁰ Perilaku ini sangat dilarang oleh Allah SWT.

Sesuai dalam QS.Al-Isyra' ayat 27 yang berbunyi :

كُفُورًا لِرَبِّهِ الْشَّيْطَنُ وَكَانَ شَيْطَانٌ إِلَّا حَوَّنَ كَاذِبًا الْمُبَدِّرِينَ إِنَّ

Artinya: "Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya."⁵¹

Perilaku dalam mengkonsumsi sesuatu haruslah dibatas wajar seperti tidak berlebih-lebihan atau boros, meskipun seseorang itu tergelontong orang yang kaya dan mampu.⁵² Gaya hidup dalam ekonomi Islam lebih mengarah kepada efisiensi dan tidak berlebih-lebihan dalam menggunakan kebutuhan untuk jasmani. Dalam ajaran Islam seseorang tidak dibenarkan untuk melakukan perbuatan yang berlebih-lebihan dan hanya mengutamakan kesenangan dirinya, bermewah-mewahan dengan cara menghabiskan hartanya dengan boros dengan tidak memikirkan hak orang lain yang lebih membutuhkan. Namun, Islam juga tidak melarang seseorang untuk mengibur dirinya, karena hiburan merupakan hak atas setiap orang, yang terdiri atas dua hal seperti jasad dan jiwa. Jasad diartikan sebagai keperluan untuk makan dan minum, sedangkan jiwa diartikan

⁴⁹ Schiffman, Leon, and Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks, 2008

⁵⁰ Ali Hasan, M. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam Fiqh Muamalat*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.

⁵¹ QS.Al-Isyra' : 27, *Terjemahan Qur'an Kemenag*, 2019

⁵² Peter, J. Paul, dan Olson, Jerry. C, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

sebagai keperluan untuk beristirahat, mendapatkan ketenangan dan juga hiburan. Hiburan yang dilarang dalam islam adalah hiburan yang berlebihan sehingga meninggalkan kewajibannya untuk beribadah akibat didorong oleh hawa nafsu dan lupa dengan kondisi masyarakat disekitarnya.

Perilaku konsumtif ini dapat mengakibatkan seseorang untuk bersikap sombang hingga akan dapat menjadikan orang tersebut untuk melakukan hal apapun bahkan untuk berbohong. Oleh karena itu, kita sebagai umat muslim dilarang untuk berperilaku konsumtif secara berlebihan karena sesuatu yang berlebihan sangat tidak disukai oleh Allah.⁵³

c. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Berbicara mengenai prilaku konsumtif, tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian, tingkat keinginan seseorang menempati tingkat yang paling tinggi dalam pembelian sehingga prilaku konsumtif dapat terjadi karena beberapa hal berikut:⁵⁴

- Pembelian ingin tampak berbeda dari yang lain
- Ikut-ikutan
- Kepribadian

d. Karakteristik Prilaku Konsumtif

Menurut Munandar beberapa karakteristik prilaku konsumtif, yaitu: Mudah terbujuk rayuan dari penjual, Punya perasaan tidak enak pada penjual, Tidak sabar jika ingin membeli barang, sehingga dalam membeli barang tidak berdasarkan banyak pertimbangan dan hanya karena keinginan sesaat.⁵⁵ Berdasarkan pendapat beberapa para ahli di atas, bahwa peneliti dapat mengambil benang merah atau inti karakteristik

⁵³ cut trisnawati, "PENGARUH HEDONISME, LITERASI KEUANGAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Univeritas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)," n.d.

⁵⁴ Mowen, J. C., and M. Michael. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002

⁵⁵ Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N.W.S. 2016. *Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian pada Siswa Sekolah Menengah Atas. Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*. Vol. 6 (2): 102-106.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

prilaku konsumtif: *Pertama*, Aspek pembelian yang berlebihan, *Kedua*, Aspek pembelian tanpa berfikir dengan matang, *Ketiga*, Aspek pembelian untuk memenuhi keinginan, *Ke empat*, Aspek pembelian tanpa direncanakan.

e. Tujuan Prilaku Konsumtif

Menurut pandangan Islam, perilaku konsumtif memiliki tujuan yang berbeda dibandingkan dengan tujuan perilaku konsumtif ekonomi yang hanya ingin memenuhi kebutuhan jasmani dan lahiriah semata. Dalam islam, tidak hanya ingin memenuhi kebutuhan jasmani dan lahiriah, tetapi juga memenuhi kebutuhan rohani dan batin⁵⁶

Dalam pandangan islam konsumsi memiliki tujuan yaitu :

1. Tujuan materil yaitu untuk mendatangkan kesehatan fisik, menjaga dan menutup aurat serta memberikan kenyamanan hidup
2. Tujuan spiritual yaitu pembentukan rasa syukur atas karunia yang diberikan Allah, dan pembentukan ahli ibadah yang bersyukur

f. Teknik *Self Management* Sebagai Upaya Penanganan Prilaku Konsumtif.

Self Management merupakan proses dimana konseli mengarahkan perubahan tingkah laku mereka sendiri dengan menggunakan keterampilan yang diperoleh dalam proses konseling. Keterampilan ini nantinya akan digunakan konseli untuk memotivasi diri, mengelola semua yang ada pada dirinya, berupaya untuk mendapatkan apa yang di inginkan serta membuat perubahan pada dirinya sendiri agar menjadi lebih baik. Ketika konseli dapat melakukan unsur tersebut dalam pikirannya maka secara tidak langsung konseli telah memiliki *self management* yang baik.⁵⁷

⁵⁶ Nobiansyah, Ragil. —Implementasi Bisnis E-Commerce Dalam Perspektif Syariah Pada PT Galaksi Dunia Halal. | *Journal of Chemical Information and Modeling*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.

⁵⁷ Annisa.. *Efektivitas Konseling Behavioral dengan Teknik Self-Management untuk Meningkatkan Kecerdasan Emosional Peserta Didik Kelas VII di SMP Negeri 19 Bandar Lampung tahun Ajaran 2017/2018*. Skripsi. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan



SULTAN THAHA SAIFUDDIN

J A M I



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Menurut Sukadji, ada empat tahapan dalam *self management*, yaitu: *Self monitoring, Self reward, Self contracting, Stimulus control*

- a) *Self-monitoring*, dalam tahap ini konseli mengobservasi dan mencatat tentang dirinya sendiri serta interaksinya dengan lingkungan.
- b) *Self-reward*, Tahap ini berfungsi untuk meningkatkan dan memperkuat respon yang diharapkan muncul dari stimulus yang ada dengan menggunakan berbagai bentuk. Berupa makanan, simbolis verbal, aktivitas fisik maupun imajinasi.
- c) *Self-contracting*, Pada tahap ini konselor mengarahkan konseli melakukan perencanaan yang berkaitan dengan perubahan tingkah laku yang di inginkan.
- d) *Stimulus control*, Pada tahap ini yaitu penyusunan kondisi-kondisi lingkungan yang telah ditentukan sebelumnya, yang membuat tingkah laku sebelumnya dapat terlaksana atau dilakukan.⁵⁸

g. Indikator Prilaku Kosumtif

Indikator perilaku konsumtif yaitu:

1. Membeli produk karena penawaran khusus

Konsumen membeli karna adanya penawaran khusus jika membeli barang tersebut.

2. Membeli produk karena penampilannya yang menarik

Konsumen sangat mudah membeli barang dikarenakan penampilannya menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karna penampilan produk tersebut menarik.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen memiliki keinginan membeli yang tinggi, karna pada uumnya mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, dan sebagainya.

⁵⁸ A. Nooriah Mujahidah. *Analisis perilaku konsumtif dan penanganannya (Studi Kasus peserta Didik SMK Negeri Makasar)*. Skripsi. Fakultas Ilmu pendidikan, Universitas Negeri Makasar 2020. Hlm.5



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN THAHA SAIFUDDIN

J A M I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- Membeli produk atas pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya.

- Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status

Mahasiswa membeli suatu produk yang dapat memberikan symbol agar terlihat keren dari yang lain.

- Memakai produk karena unsur konfirmitas terhadap model yang mengiklankan, cenderung menitu perilaku tokoh yang di idolakan dengan memakai produk yang dipakai idolanya.

- Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri

Konsumen terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan iklan dapat menumbuhkan rasa percaya diri, Membeli produk untuk meningkatkan rasa percaya diri dengan membeli produk mahal karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain

- Mencoba lebih dari dua produk sejenis

Konsumen akan cenderung memakai produk dengan jenis yang sama tetapi beda merk yang lain dari sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.⁵⁹

h. Prilaku Konsumtif Mahasiswa

Prilaku konsumtif mahasiswa banyak beberapa faktor yang mendorong atau yang mengubahnya. Mahasiswa umunya di artikan mencari jati diri, Ketika dalam lingkungannya di hadapkan dengan orang-orang hebat ini akan mebuatkan hal positif bagi mahasiswa tersebut, karna pada dasarnya mahasiswa tersebut akan menangkap dari kebiasaan lingkungannya dan melakukan perubahan-perubahan kecil yang bernilai positif. Akan tetapi jika mahasiswa terjebak di lingkungan yang salah maka secara cepat mahasiswa tersebut mempunyai kebiasaan yang kurang baik. Salah satu contoh prilaku konsumtif mahasiswa Ketika bergaul

⁵⁹ Adiputra, Riyand Moningka, Clara. Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal. Jurnal Psiberlatika, Vol 5, No 2, Oktober 2012, h. 78-79

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dengan orang-orang hedonism aka akan secara langsung mahasiswa tersebut mengikuti lingkungan tersebut.⁶⁰

Adapun aspek-aspek prilaku konsumtif tedapat tiga macam aspek prilaku konsumtif yaitu:⁶¹

- a. *Impulsive Buying* (pembelian secara implusif), bertujuan untuk seseorang yang berprilaku konsumtif semata-mata hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat.
- b. Pembeli tidak regional, pembeli yang didasari oleh emosional. Suatu dorongan untuk mengikuti sesuatu yang sering terjadi di lingkungan sekitar mereka.
- c. *Wasteful Buying* (pemborosan), pembelian yang mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan dan menyebabkan orang tersebut mengeluarkan uang.⁶²

i. Batasan Konsumsi Dalam Ekonomi Islam

Secara normal, kebutuhan manusia hanya meliputi keperluan, kesenangan, kemewahan. Dalam islam manusia disarankan agar dapat bertindak ditengah-tengah kesederhanaan. Bukan aspek halal haram saja yang menjadi Batasan konsumsi dalam Syariah islam. Ada dua macam pembatasan dalam menggunakan harta, yaitu:⁶³

- a) Batasan dalam segi kualitas, larangan membelanjakan harta untuk mendapatkan barang yang memabukan dan menimbulkan kerusakan pada tubuh dan akal.

⁶⁰Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002

⁶¹Minor, Mowen. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.

⁶²Erli Ermawati dan Indriyati, "Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Prilaku Konsumtif

Pada Remaja Di SMP N ! Piyungan", *Jurnal Spirits*, Vol. 2, No.1, November 2011

⁶³Baita, Amin Nur. 2016. *Pengantar Fiqh Jual Beli*. Jogjakarta: Pustaka Muamalah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sufha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufha Jambi

@ Hak cipta milik UIN Sufha Jambi

State Islamic University of Sultan Thaha Saifuddin Jambi

- b) Batasan dalam segi kuantitas, manusia tidak boleh terjerumus dalam kondisi “besar pasak dari pada tiang” pendapatan lebih kecil dari pada pengeluaran.⁶⁴

B. Studi Relevan

Berikut adalah penelitian – penelitian terdahulu yang berkaitan dengan perilaku konsumtif dan sebagai pertimbangan dalam penelitian ini :

Tabel 2. 1 Studi Relevan

No.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Jenis Penelitian
1	Della Septiansari Dkk (2021)	Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19	<p>Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis kemukakan maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belanja online berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi UHAMKA dalam menggunakan aplikasi belanja online. 2. Perilaku konsumtif mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi belanja online tersebut tidak dapat dihindari tanpa adanya kesadaran untuk bersikap bijak dalam menggunakan aplikasi belanja online. 3. Pembelian melalui belanja online dilakukan tanpa mempertimbangkan waktu dan kebutuhan. Juga tidak mungkin memperkirakan 	Kuantitatif

⁶⁴ Aldi Septian, *Analisis Prilaku Konsumsi Dalam Islam, Fakultas Ilmu Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura, Vol.1 No.1 2015, hlm.2-4*

@ Hak cipta milik UIN Sufha Jambi

<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sufha Jambi <p>2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufha Jambi</p>					
<p>State Islamic University of Sultan Thaha Saifuddin Jambi</p>	2	Yari dwikurningsih dkk (2020)	Pengaruh Online Shop Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	intensitas pembelian dalam berapa bulan dan berapa banyak barang yang akan dibeli saat berbelanja online ⁶⁵	
<p>SULTAN THAHA SAIFUDDIN J A M I I</p>	3	Harisah (2022)	Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Walisongo Sampang	Berdasarkan hipotesis penelitian “Tidak ada pengaruh media online shop pada instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bimbingan dan Konseling UKSW” ditolak artinya media online shop instagram dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa yang dapat diketahui bahwa nilai hitung = 5,913 > nilai ttabel = 1,980. Berdasarkan uji signifikansi variabel media Online shop instagram terhadap perilaku konsumtif diperoleh nilai F hitung 35,961 dengan signifikansi 0,000 sehingga variabel media online shop instagram secara signifikan memberi pengaruh positif ⁶⁶	Kuantitatif

⁶⁵ Della septianasari “pengaruh belanja online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam masa pandemi covid 19” Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT), 5(1), 2021, 53-65

⁶⁶ Yari dwikurningsih “Pengaruh Online Shop Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan Volume 04 Number 02 2020

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli: a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi 	<p>State Islamic</p>	<p>University of Sultan Thaha Saifuddin Jambi</p>			
				<p>hasil uji t atau parsial dengan taraf signifikansi 5%, adanya online shop berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai thitungsebesar yang berarti hipotesis Ha diterima yaitu bahwa adanya online shop berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Walisongo Sampang.⁶⁷</p>	
4	Eni nureni (2021)	Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Uin Walisongo Semarang		<p>Kulitas informasi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang . Kualitas informasi merupakan hal yang sangat penting dalam mengambil keputusan pembelian secara online. Namun mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dalam melakukan pembelanjaan online tidak lagi memperhatikan kualitas informasi yang disediakan.⁶⁸</p>	Kuantitatif
5	Catur rahayu dkk (2021)	Perilaku konsumtif sebagai dampak online shop di kalangan mahasiswa Sosiologi 2019 Universitas Negeri		<p>perilaku yang dilakukan oleh mahasiswa dalam menghadapi fenomena online shop pada perkembangan di Indonesia saat ini relevan dengan teori masyarakat konsumsi milik Jean Baudrillard. Menurut Jean</p>	Kualitatif

⁶⁷ Harisah “Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Walisongo Sampang” *Economica :Jurnal Ekonomidan Hukum Islam* vol 13 no 01 juni 2022

⁶⁸ Aeni, E. N. (2019). Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang, *Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang*.

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

		Malang	Baudrillard, masyarakat di masa modern ini sudah memasuki pergeseran konsep konsumsi, hal ini sejalan dengan perilaku konsumtif yang hakekatnya membeli barang yang diinginkan, alih-alih mempertimbangkan kebutuhannya. Modern ini, perilaku konsumtif sudah melekat terhitung sejak online shop mulai mengembangkan eksistensinya. Dengan banyaknya pilihan dan penawaran yang menjanjikan dari online shop, mereka tidak akan pernah puas memanjakan keinginannya untuk terus mengikuti tren. Sehingga membuat perilaku konsumtif itu sulit untuk dikendalikan. ⁶⁹	
6	Arohman dkk	Analisis pengaruh online shop terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa feb umpri	Berdasarkan hasil penghitungan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, ternyata hipotesis yang diajukan dapat diterima yaitu Online Shop berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Angkatan 2016 ⁷⁰	Kualitatif
	Berliana vebyanti	Pengaruh Gaya Hidup Dan Online Shop Terhadap Perilaku	terdapat pengaruh gaya hidup bagi perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas PGRI Semarang	Kuantitatif

⁶⁹ Catur dian rahayu “Perilaku konsumtif sebagai dampak online shop di kalangan mahasiswa Sosiologi 2019 Universitas Negeri Malang” *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 195), 2021, 542-546

⁷⁰ Arohman, A., & Vianda, N. C. (2020). Analisis Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Feb Umpri (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2016). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Jurnal Ilmiah Multi Science*, 11(2), 134-145.

	Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang	yang bernilai positif serta signifikan. Pada variabel online shop secara parsial menunjukkan bahwa online shop berpengaruh bagi perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas PGRI Semarang yang bernilai positif serta signifikan. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan variabel gaya hidup dan online shop berpengaruh bagi perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas PGRI Semarang yang bernilai positif serta signifikan. ⁷¹	
--	--	---	--

Sumber: penelitian terdahulu

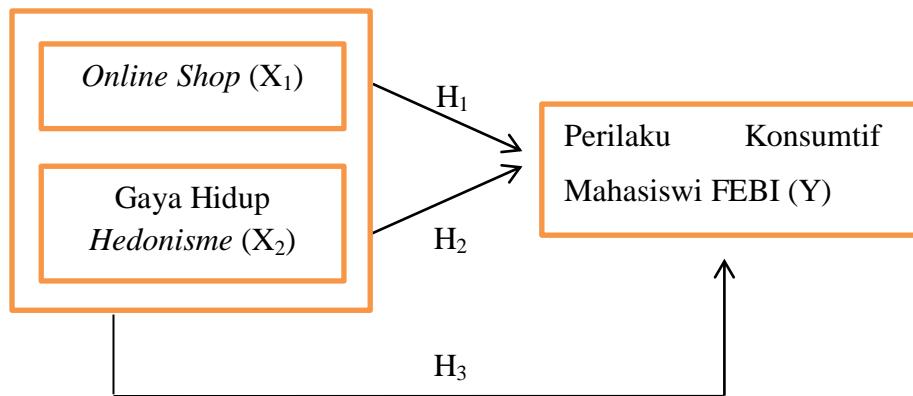
Perbedaan penelitian dengan studi relevan diatas rata rata berbeda karena judul dan tempat lokasi peneliti serta Teknik yang dilakukan.seperti:

- Studi relevan yang pertama perbedaan nya yaitu karena mereka melakukan penelitian di masa Covid-19 sedangkan penelitian ini dilakukan dimasa normal
- Studi relevan yang kedua dan ketiga perbedaan nya adalah mereka melakukan penelitian menggunakan Teknik olah data atau KUANTITATIF sedangkan peneliti melakukan dengan Teknik wawancara dan diolah menjadi sebuah data atau KUALITATIF.
- Studi relevan yang keempat,kelima dan keenam mempunyai kesamaan dalam judul penelitian namun yang membedakan hanyalah objek nya saja peneliti disini menggunakan objek nya yaitu mahasiswa UIN STS JAMBI Angkatan 2019
- Studi relevan yang ketujuh perbedaan nya terletak pada judul penelitian dan pembahasan yang dibahas

⁷¹ Vebiyanti, B., & Hadi, D. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. *SPIRIT EDUKASIA*, 2(01), 121-128.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran mendeskripsikan hubungan satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini hubungan antara variabel bebas yaitu *Online shop* (X_1), Gaya Hidup *Hedonisme* (X_2) dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI sebagai (Y) atau variabel terikat.



Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan tanggapan sementara terhadap suatu pernyataan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dirumuskan dalam bentuk kalimat tanya, dianggap sementara karena tanggapan hanya didasarkan pada teori yang relevan dan bukan pada data empiris fakta yang diperoleh dari pengumpulan data.⁷²

Hipotesis dalam penelitian Pengaruh Online Shop dan Gaya Hidup *Hedonisme* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN STS Jambi dalam prespektif syariah ialah :

⁷² Sugiyono : Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung, Alfabetia 2017), hlm. 96.

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sultan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN
J A M I

- H1 : ada pengaruh online shop terhadap perilaku konsumtif mahasiswa .
- H2 : ada pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
- H3 : ada pengaruh online shop dan gaya hidup hedonism terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

2. Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2022 sampai dengan 2024.

A. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini dikategorikan dalam penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka.⁷³ Data kuantitatif merupakan data statistik berbentuk angka-angka, baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun hasil pengolahan data kualitatif menjadi data kuantitatif.⁷⁴

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer adalah data utama yang diperoleh langsung dari sumber atau dari lokasi objek penelitian, atau semua data penelitian yang diperoleh dilapangan. Data primer penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner dan wawancara yang disebarluaskan dan diisi oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi.

b. Data Sekunder

⁷³ Ferawati, Rofiqoh & Bariatun, Linda. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Sosialisasi, Dan Jenis Kelamin Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah Pada Generasi Z Di Jambi". *Jurnal Makesya* Volume 5 Nomor 1. (2025)

⁷⁴ Muhammad Teguh : Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi,(Jakarta, Raja Grafindo, 2011), hlm. 118



Data sekunder adalah data yang sumber data nya diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Data ini merupakan data yang diambil dengan cara mengutip dari sumber lain, agar tidak bersifat authentic karena telah diperoleh dari tangan kedua, ketiga dan seterusnya.⁷⁵ Data sekunder dalam sebuah penelitian biasanya diperoleh dari jurnal penelitian terdahulu, buku-buku ataupun data-data yang berhubungan dengan penelitian. Data ini terdiri dari data yang telah tersedia sebelumnya, seperti artikel, jurnal, dan buku. Baik secara online maupun offline, sumber-sumber ini dapat diakses melalui perpustakaan, e-jurnal, e-book, dan platform seperti iPusnas.⁷⁶

B. Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Kuesioner)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan kepada responden serangkaian pertanyaan tertulis yang harus mereka jawab. Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada responden yang diminta untuk memberikan pendapat atau jawabannya guna mendapatkan data yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Likert. Skala Likert merupakan respon lima pilihan mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”, yang mewakili sikap atau persepsi seseorang terhadap suatu peristiwa atau pertanyaan yang diajukan dalam

⁷⁵ Sapto Haryoko, Bahartiar, and Fajar Arwadi, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik & Prosedur Analisis)* (Makassar: Badan Penerbit UNM, 2020). 122

⁷⁶ Fitria, D., Hardi, E. A., Agusriandi. “Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Bsi Mobile Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* Vol.3, No.1. (2025)



SULTAN THAHA SAIFUDIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

J A M I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

bentuk kuesioner. Sebuah studi skala Likert 5 poin (versi asli dari Dr.Resist Likert) yang terdiri dari:

Tabel 3. 1 Pengukuran tanggapan

Angka	1	2	3	4	5
Interpretasi	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data dan informasi langsung dari responden. Untuk angket yang digunakan menggunakan jenis angket online, dan ditujukan secara langsung oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menggunakan aplikasi belanja *online* sesuai dengan populasi yang sudah dihitung dari berbagai jurusan.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan antara dua pihak, antara responden (yang diwawancarai) sebagai orang yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (diwawancarai) sebagai orang yang menjawab pertanyaan.⁷⁷ Dalam proses pengumpulan informasi menurut metode tanya jawab dapat berlangsung secara tatap muka atau tanpa tatap muka, yaitu melalui telekomunikasi antara pewawancara dengan responden dengan atau tanpa pedoman.⁷⁸ Dari penjelasan melalui metode wawancara ini, peneliti akan dapat mendapatkan informasi dan keterangan tujuan penelitian melalui tanya jawab antara peneliti dan responden, baik dilakukan secara tatap muka (*face to face*) maupun tidak

⁷⁷ Fajar Nurdiansyah and Henhen Siti Rugayah, "STRATEGI BRANDING BANDUNG GIRI GAHANA GOLF SEBELUM DAN SAAT PANDEMI COVID-19" 2, no. 2 (2021): 19.

⁷⁸ Misna., Hafiz, A.P., Budianto, Achyat. "Analisis Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Pada Umkm Kerupuk Amplang Kecamatan Rete Riau". *Jurnal Makyesya* Volume 5 Nomor 1 (2025).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

langsung (via telepon) untuk menanyakan secara lisan tentang hal-hal yang ditanyakan dan jawaban yang diberikan oleh responden akan dicatat oleh pewawancara (peneliti).

3. Dokumentasi

Dokumentasi ini dapat berupa gambar, dokumen, tulisan atau karya-karya monumental yang berfungsi sebagai penguat data yang didapatkan di lapangan.⁷⁹ Metode dokumentasi yang peneliti gunakan untuk memperoleh gambar melalui *screenshot* ketika sudah melakukan transaksi belanja melalui *online shop*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yang merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas susatu objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu di tarik sebuah kesimpulan.⁸⁰ Populasi merupakan area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga dapat diambil kesimpulan.⁸¹

Berdasarkan uraian di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa populasi adalah totalitas dari semua ukuran yang dipelajari, benda atau individu. Dengan demikian, konsep populasi dalam statistik tidak terbatas pada sekelompok atau kumpulan orang, tetapi mengacu pada semua ukuran, jumlah, atau kualitas yang menjadi fokus penelitian. Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi.

⁷⁹ Sugiyono, "Metode Penelitian," in *Metode Penelitian* (Yogyakarta: ALFABETA, 2019).

⁸⁰ Sinaga Dameria, *Buku Ajar Statistika Dasar* (Jakarta Timur: UKI Press, 2014). Hal. 4

⁸¹ Kusuma, R. B., Kurniawan, B., Nofriza, E. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Bsi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Angkatan 2020" *Journal Of Islamic Banking* 5 (1) (2025). Hal. 7



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Tabel 3. 2 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Semester Genap

Program Studi	Angkatan			
	2021	2022	2023	2024
Ekonomi Syariah	315	297	235	167
Akuntansi Syariah	148	167	154	102
Perbankan Syariah	95	98	77	56
Manajemen Keuangan Syariah	160	185	223	129
Total	718	747	689	454

(Sumber: Rekapitulasi Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Sts Jambi Tahun 2021-2024)

2. Sampel

Sampel adalah bagian atau perwakilan yang kita teliti.⁸²

Sampel juga bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik yang sesuai dengan populasi yang akan diteliti oleh peneliti. Karena populasi sangat besar dan kemungkinan keterbatasan waktu, tenaga dan dana peneliti, sehingga peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

α = taraf kesalahan (error) sebesar 0,1 (10%).

D. Metode Penarikan Sampel

Sampel adalah bagian dari total dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut, dengan kata lain sampel merupakan metode dalam suatu

⁸² Arikunto : Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Jakarta, Rineka cipta, 2010) hlm. 131.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sebagian atas setiap populasi yang hendak akan di teliti. Metode Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis Non probability sampling dengan teknik Purposive sampling.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin.

Yaitu:

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

$$n = \frac{2.608}{1 + 2.608 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{2.608}{1 + 2.608 (0,01)}$$

$$n = \frac{2.608}{27,08}$$

$$n = 96,3 / 96 \text{ responden}$$

Jadi, sampel yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 96 responden yang semuanya adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan sifat yang akan diteliti. Tingkat kesalahan yang dapat diterima (error) adalah 0,1 (10%) Semakin kecil margin of error, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya, sebuah penelitian dengan kesalahan 10% berarti 90% akurat. Studi dengan kesalahan 15% memiliki akurasi 85%. Untuk populasi yang sama, semakin kecil margin of error, semakin banyak sampel yang dibutuhkan.



E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu batasan yang ditempatkan pada suatu variabel penelitian oleh peneliti agar variabel tersebut dapat diukur. Variabel operasional adalah batasan yang ditetapkan oleh peneliti terhadap variabel yang diteliti agar dapat diukur secara akurat.⁸³ Dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Perilaku Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Menurut Sugiyono (2014), variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan dari variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif.⁸⁴

Perilaku Konsumtif yaitu kegiatan mengkonsumsi barang secara berlebihan yang biasanya pada perilaku konsumen membeli barang untuk menunjukkan status sosial saja, bukan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya.

2. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan variabel lain berubah atau muncul, variabel ini merupakan penyebab dari variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *online shop* dan gaya hidup hedonism.

3. Definisi Oprasional Variabel

Variabel yang dirumuskan dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu:

Tabel 3. 3 Tabel Operasional

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
Perilaku	Kegiatan	1. Membeli	Likert

⁸³ Syahrum and Salim : Metode Penelitian Kuantitatif (Bandung, 2012, Citapustaka Media)

⁸⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian," in Metode Penelitian (Yogyakarta: ALFABETA, 2019).

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Konsumtif (Y)	mengkonsumsi barang secara berlebihan yang biasanya pada perilaku konsumen membeli barang untuk menunjukkan status sosial saja, bukan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya.	produk karena penawaran khusus 2. Membeli produk karena penampilannya yang menarik 3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi 4. Membeli produk atas pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya 5. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status 6. Memakai produk karena unsur konfirmitas terhadap model yang mengiklankan	
--------------------------	---	---	--

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sultan Thahd Sufuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHDAH SAIFUDIN
 J A M I

		<p>7. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri</p> <p>8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis.⁸⁵</p>	
<i>Online Shop (X₁)</i>	Tempat berjualan yang sebagian besar aktifitasnya dilakukan secara online di internet terkecuali pengiriman barang yang harus dilakukan secara manual dan biasanya biaya pengiriman dibebankan pada konsumen. Toko online adalah website yang digunakan untuk menjual produk	<p>1. Kepercayaan Konsumen</p> <p>2. Kepercayaan Terhadap Pembelian <i>Online</i>.⁸⁷</p>	Likert

⁸⁵ Laila Meiliyandrie Indah Wardani and Ritia Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja* (NEM, 2021). 10

⁸⁷ Rosmawati et al., *Pemasaran Bisnis Era Digital* (Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia, 2023). 167

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sultan Thaha Saifuddin Jambi

	melaui internet. Pengunjung akan menilai kinerja situs web berdasarkan kemudahan penggunaan dan daya tarik fisik. ⁸⁶		
Gaya Hidup Hedonisme (X ₂)	Pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan	1. Kegiatan (<i>Activity</i>) 2. Minat (<i>Interest</i>) 3. Opini (<i>Opinion</i>). ⁸⁹	Likert

⁸⁶ Jumarni Jumarni, “Pengaruh Marketplace Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muda (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI Iain Bone),” *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah* 4, no. 2 (December 5, 2021): 1–14.

	berinteraksi di dunia. ⁸⁸		
--	--------------------------------------	--	--

F. Metode Pengolahan Dan Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas kuesioner yang digunakan dalam suatu penelitian. Suatu kuisioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuisioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.

Uji validitas soal dilakukan dengan SPSS V.26 menggunakan metode korelasi pearson yaitu dengan mengorelasikan antara skor tiap item dengan skor total. Hasil output jika nilai rhitung \geq rtabel maka soal dinyatakan valid. Sebaliknya jika rhitung $<$ rtabel maka soal dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah alat ukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dianggap reliabel atau reliabel jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas diukur dengan menggunakan uji statistik Alpha

⁸⁹ Doni Juni Priansa, *Op.Cit*, h. 189-190

⁸⁸ Melissa Paendong and Maria V J Tielung, "Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no. 04 (2016).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Cronbach. Suatu variabel dianggap reliabel jika menghasilkan nilai Cronbach alpha sebesar 0,60.

Dengan metode ini, data yang diperoleh dapat diolah dengan pendekatan statistik guna memperoleh hasil yang lebih objektif serta dapat diuji validitas dan reliabilitasnya.⁹⁰

2. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengolah suatu data menjadi informasi yang valid dan mudah dipahami ketika disajikan kepada khalayak umum dan dimanfaatkan untuk menemukan solusi dari permasalahan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis induktif yaitu mengacu pada penarikan kesimpulan tentang populasi yang diteliti berdasarkan sampel yang dikenal dengan teknik regresi, korelasi, t-test, chi-square, *analysis of variance* (ANOVA), dan sebagainya. Tujuannya adalah untuk menarik kesimpulan (inferensi) tentang hubungan antara dua variabel atau lebih dari suatu perkiraan (sampel) yang dapat digeneralisasikan dalam populasi.⁹¹

a) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah nilai residualnya terdistribusi normal. Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan uji Kriteria normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji satu faktor Kolmogrov-Mirnov. Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi normal atau mendekati normal atau

⁹⁰ Wati, S. H., Mutia, A. "The Impact Of Internal Factors On The Efficiency Of Umkm Processing In Pineapple In Tangkit Baru Village". *Bisnis, Jasa Dan Keuangan*, Volume 1 Issue 2 (Juli, 2025)

⁹¹ Agus Suradika : Metode Penelitian Sosial (Jakarta: UMJ Press. 2020).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal.⁹²

Ketika menarik kesimpulan untuk menentukan apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak, data dikatakan terdistribusi normal jika melihat sebaran data di sepanjang sumbu diagonal grafik.⁹³

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk munculnya perbedaan varians residual dari satu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Dan adanya ketidaksamaan dispersi dari residual untuk semua pengamatan dalam model regresi. Cara memprediksi apakah heteroskedastisitas dapat dilihat pada model menggunakan template gambar scatterplot, suatu regresi yang tidak mengalami heteroskedastisitas jika:

- Titik data tersebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- Titik data tidak dikumpulkan hanya di atas atau di bawah.
- Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang yang melebar, lalu menyempit, lalu melebar lagi.
- Penyebaran titik-titik data tidak memiliki pola.

3. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Berganda

⁹² Aini, N & Subhan, M. "Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index Periode 2021-2023". *Jurnal Islamic Accounting Competency*. 5(1) 2025.

⁹³ Nia Fitria "Uji Asumsi Klasik " www.Academia.Edu diakses tanggal 18 Oktober 2022, pukul 20:37



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, digunakan regresilinier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif

X_1 = Online Shop

X_2 = Hedonisme

α = Konstan

β = Koefisien Regresi Linier

b) Uji Parsial (uji-t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh independen yang signifikan terhadap variabel dependen.

- Jika signifikan $t < 0,05$, maka hipotesis H_0 ditolak. Artinya bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika signifikan $t > 0,05$, maka hipotesis H_0 diterima. Artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c) Uji Simultan (uji f)

Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah koefisien regresi variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, maka dilakukan uji hipotesis.

Digunakan Fhitung untuk memeriksa apakah model persamaan regresi yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Menurut Sugiono, nilai dengan Fhitung konstan dengan Ftabel bila menggunakan tingkat kepercayaan 95% dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 5% atau 0,05, sehingga $F\text{hitung} > F\text{tabel}$ berarti



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

d) Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi adalah nilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi pula kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi mengukur kemampuan model untuk menjelaskan perubahan dependen dalam koefisien determinasi.

Banyaknya koefisien determinasi adalah dari 0 sampai 1. Semakin mendekati nol maka semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap nilai variabel terikat, dengan kata lain semakin kecil kemampuan model untuk menjelaskan perubahan nilai variabel terikat. variabel tak bebas. Sedangkan jika koefisien determinasi mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa model tersebut menjelaskan perubahan variabel terikat dengan lebih kuat.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada awal berdiri merupakan salah satu Program Studi Ekonomi Syariah (ES) dan Program Studi Vokasi Perbankan Syariah (DIII PBS) yang berafiliasi di bawah Fakultas Syariah. Menindaklanjuti animo peminat calon mahasiswa masuk pada Prodi ES dan DIII PBS, tim menginisiasi pemisahan dari Fakultas Syariah menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi dan Institut Agama Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi telah mendapat persetujuan Menteri Pendaragunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, Nomor: B/1040/M.PANRB/03/2015, tanggal 26 Maret 2015, Hal: Usulan Pembentukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam maka Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) berdiri di lingkungan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Berdasarkan landasan tersebutlah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri. Selain itu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mendapat tambahan Program Studi yaitu berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: 111 Tahun 2017 mengenai Izin Penyelenggaran Program Studi pada Program Sarjana Institut Agama Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yaitu Program Studi Perbankan Syariah (PBS), Akuntansi Syariah (AKS) dan Manajemen Keuangan Syariah (MKS). Sehingga saat ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdiri dari empat (4) jurusan.

Melalui berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi diharapkan akan lahir sarjana yang terdepan dan Inovatif dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis dengan semangat



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulta
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulta

Entrepreneurship Islam sehingga dapat bersaing secara global di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam secara umum. Lulusan Fakultas Ekonomi dan Islam Bisnis diproyeksikan menjadi sarjana yang berkemampuan akademik dengan semangat religius, ducent, dynamic dan inclusive dengan semangat moderasi dan entrepreneurship islam.⁹⁴

2. Gambaran Umum Responden

Metode pada pengumpulan data ini dilakukan dengan cara menyebarluaskan kuesioner kepada 95 responden dari mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang diketahui memiliki perilaku konsumtif.

- a. Tahun angkatan masuk UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Berikut ini karakteristik responden dari mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi berdasarkan Tahun angkatan masuk dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 4. 1 Distribusi Responden Tahun angkatan masuk UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Tahun Angkatan	Jumlah	Persentase
2021	13	14%
2022	18	19%
2023	45	47%
2024	20	21%
Total	96	100%

⁹⁴ <https://febi.uinjambi.ac.id/sample-page/>

B. Hasil Penelitian

1. Statistik Deskriptif

Tabel 4. 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Online Shop	96	12	25	19.89	3.098
Gaya Hidup Hedonisme	96	13	29	21.34	3.565
Perilaku Konsumtif	96	16	40	31.70	5.646
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan uji statistic deskriptif diatas, dapat menggambarkan distribusi data yang diperoleh yaitu:

- a. Variabel Online Shop (X1), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minum sebesar 12 sedangkan nilai maksimum sebesar 25, nilai rata-rata sebesar 19,89 serta nilai standar deviasi sebesar 3,098.
 - b. Variabel Gaya Hidup Hedonisme (X2), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minum sebesar 13 sedangkan nilai maksimum sebesar 29, nilai rata-rata sebesar 21,34 serta nilai standar deviasi sebesar 3,565.
 - c. Variabel Prilaku Konsumtif (Y), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minum sebesar 16 sedangkan nilai maksimum sebesar 40, nilai rata-rata sebesar 31,70 serta nilai standar deviasi sebesar 5,646.
2. Hasil Uji Kualitas Data
 - a. Uji Validitas
 - 1) Variabel Online Shop (X1)

Berdasarkan pengujian instrument penelitian pada variabel Online Shop (X1) dengan jumlah 95 responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Online Shop (X1)**

No	Pernyataan	rhitung	rtable	Keterangan
1	XI-1	0,595	0,1689	Valid
2	XI-2	0,684	0,1689	Valid
3	XI-3	0,749	0,1689	Valid
4	XI-4	0,741	0,1689	Valid
5	XI-5	0,749	0,1689	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua item pernyataan pada kuesioner variable Online Shop memiliki r hitung $>$ r table dan nilai sig. 2-tailed $<0,05$, jadi dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan dinyatakan valid dan layak penelitian.

2) Variabel Gaya Hidup Hedonisme (X2)

Berdasarkan pengujian instrument penelitian pada variabel Gaya Hidup Hedonisme (X2) dengan jumlah 95 responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Hedonisme (X2)

No	Pernyataan	rhitung	rtable	Keterangan
1	XII-1	0,441	0,1689	Valid
2	XII-2	0,893	0,1689	Valid
3	XII-3	0,893	0,1689	Valid
4	XII-4	0,665	0,1689	Valid
5	XII-5	0,893	0,1689	Valid
6	XII-6	0,515	0,1689	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua item pernyataan pada kuesioner variable Gaya Hidup Hedonisme memiliki r hitung $>$ r table dan nilai sig. 2-tailed $<0,05$, jadi dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan dinyatakan valid dan layak penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

3) Variabel Prilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan pengujian instrument penelitian pada variabel Prilaku Konsumtif (Y) dengan jumlah 95 responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Prilaku Konsumtif (Y)

No	Pernyataan	rhitung	rtable	Keterangan
1	Y-1	0,827	0,1689	Valid
2	Y-2	0,800	0,1689	Valid
3	Y-3	0,696	0,1689	Valid
4	Y-4	0,834	0,1689	Valid
5	Y-5	0,829	0,1689	Valid
6	Y-6	0,762	0,1689	Valid
7	Y-7	0,745	0,1689	Valid
8	Y-8	0,847	0,1689	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua item pernyataan pada kuesioner variable Prilaku Konsumtif memiliki r hitung $>$ r table dan nilai sig. 2-tailed $<0,05$, jadi dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan dinyatakan valid dan layak penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner akan dianggap reliable jika tanggapan yang diberikan responden terus menerus dan konsisten dalam jangka waktu yang lama. Aplikasi SPSS 26 akan membantu peneliti dalam melakukan uji reliabilitas. Reliabilitas data akan dievaluasi mempergunakan pendekatan *Cronbach Alpha*. Ketentuan untuk uji Reliabilitas yaitu apabila *cronbach alpha* (α) $\geq 0,6$, maka item dikatakan reliabel atau terpercaya. Sebaliknya apabila *cronbach alpha* (α) $< 0,6$. Maka item dikatakan tidak reliabel.

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel (Item)	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Online Shop (X1)	0,744	Reliabel
Gaya Hidup Hedonisme (X2)	0,884	Reliabel
Prilaku Konsumtif (Y)	0,916	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil dari diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel yaitu $\geq 0,6$. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dari variable Online Shop (X1), Gaya Hidup Hedonisme (X2) dan Prilaku Konsumtif (Y) yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten dan apabila pernyataan diajukan kembali maka akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk melihat apakah variabel-variabel dalam penelitian terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji normalitas kolmogorov smirnov dengan hasil jika nilai sig. 2-tailed $> 0,05$ artinya residual terdistribusi normal dan sebaliknya.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N	96	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.62623083
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.035
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.100 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024

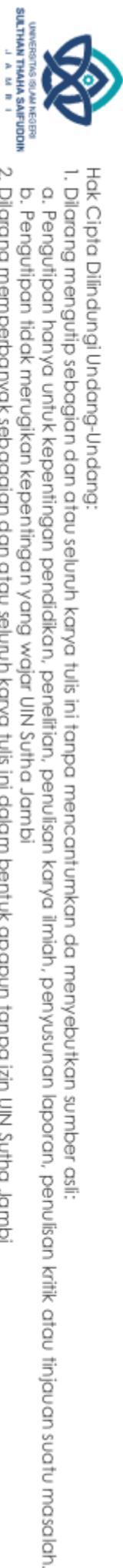
Dari hasil tabel diatas, dalam pengujian *one sample kolmogorof-smirnov test* diperoleh nilai *asymp. Sig (2-tailed)* yaitu $0,100 \geq 0,05$. Sehingga data pada penelitian ini telah memenuhi uji normalitas yang terdistribusi normal dan dapat dilanjutkan untuk uji penelitian selanjutnya.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara suatu periode dengan periode-periode sebelumnya. Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antarkesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1.

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.766 ^a	.587	.579	3.665	2.071

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonisme, Online Shop

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024

Dari uji diatas dapat diketahui:

Durbin Watson : 2,071

Dl : 1.6254

Du : 1.7103

(4-du) : 2,2897

Nilai DW terletak antara du dan (4-du) yaitu $\rightarrow 1.7103 < 2,071 < 2,2897$. Keputusan:

Hasil perhitungan diatas bahwa nilai DW sebesar 2,071 terletak diantara nilai du dan (4-du) sebesar $1.7103 < 2,071 < 2,2897$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah terdapat ketimpangan varians dari residu pengamatan yang berbeda dalam model regresi. Dengan ketentuan jika tingkat signifikansinya $> 0,05$, maka model regresi tersebut tidak memiliki atau mengandung adanya heteroskedastisitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity	
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.859	1.768		1.617	.109	
	Online Shop	-.026	.074	-.037	-.347	.729	.946 1.057
	Gaya Hidup Hedonisme	.026	.064	.044	.410	.682	.946 1.057

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil uji, dapat dilihat pada tabel diatas bahwa nilai signifikansi semua variabel berada pada tingkat kepercayaan diatas 0.05 atau 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dan dapat dilanjutkan uji penelitian.

4. Hasil Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.

Tabel 4. 10 Hasil Analisis Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Std. Error	
1	(Constant)	.829	2.999			.276 .783
	Online Shop	1.317	.125	.722	10.552	.000
	Gaya Hidup Hedonism	.220	.108	.139	2.027	.046

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 1.290$ dan $X_2 = 0,249$ dengan konstanta sebesar 0,772 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah :



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN THAHA SAIFUDDIN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 0,829 + 1,317 + 0,220 + e$$

Persamaan diatas memperlihatkan hubungan antara variabel bebas secara parsial, persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta persamaan diatas sebesar 0,829 yang dapat diartikan bahwa prilaku konsumtif bernilai 0,829 satuan jika variabel Online Shop dan Gaya Hidup Hedonisme bernilai nol atau tetap.
2. Variabel Online Shop memiliki nilai koefisien sebesar 1,317. Hal ini menggambarkan bahwa jika terjadi kenaikan Online Shop satu persen menyebabkan kenaikan prilaku konsumtif sebesar 1,317 dengan asumsi variabel lainnya tetap.
3. Variabel Gaya Hidup Hedonisme memiliki nilai koefisien sebesar 0,220. Hal ini menggambarkan bahwa jika terjadi kenaikan Gaya Hidup Hedonisme satu persen menyebabkan kenaikan prilaku konsumtif sebesar 0,220 dengan asumsi variabel lainnya tetap.
4. Hasil Uji Hipotesis Penelitian
 - a. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Yaitu pengaruh variabel Online Shop dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. Kriteria penerimaan dan penolakan uji t dua arah: H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau nilai $sig \leq 0,05$.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Tabel 4. 11 Uji T (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.829	2.999		.276	.783
	Online Shop	1.317	.125	.722	10.552	.000
	Gaya Hidup Hedonisme	.220	.108	.139	2.027	.046

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024

1) Variabel Online Shop terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Online Shop memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis yang menunjukkan bahwa Online Shop berpengaruh positif dan signifikan terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa diterima.

2) Variabel Gaya Hidup Hedonisme terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup Hedonisme memiliki nilai signifikansi $0,046 < 0,05$ yang berarti hipotesis yang menunjukkan bahwa Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa diterima.

b. Uji F (Simultan)

Uji signifikansi simultan (uji F) digunakan untuk melihat pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Berikut ini kriteria penerimaan dan penolakan uji F yaitu:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares		Mean Square	F	Sig.
		df			
1	Regression	1779.032	889.516	66.222	.000 ^b
	Residual	1249.207	13.432		
	Total	3028.240	95		

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonisme, Online Shop

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan secara bersama-sama variabel *online shop* dan *gaya hidup hedonisme* berpengaruh positif dan signifikan terhadap prilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan anova dimana nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu hipotesis yang menunjukkan bahwa variabel *online shop* dan *gaya hidup hedonisme* berpengaruh positif dan signifikan terhadap prilaku konsumtif mahasiswa.

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi adalah nilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi pula kemampuan variaabel independen untuk menjelaskan variasi perubahan variabel dependen.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model	Model Summary ^b					
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.766 ^a	.587	.579	3.665	2.071	

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonisme, Online Shop

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26, 2024



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultan Thaha Jambi

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,579atau (57,9%) artinya variabel *online shop* dan *gaya hidup hedonisme* dapat mempengaruhi variabel prilaku konsumtif mahasiswa sebesar 57,9% sedangkan sisanya 42,1% dipengaruhi variabel lain.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Onlineshop* Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji regresi linier menunjukkan bahwa variabel *Onlineshop* (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. *Onlineshop* telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan memudahkan akses belanja kapan saja dan di mana saja. Kemudahan ini mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara mekanis, terutama ketika dihadapkan pada penawaran menarik seperti diskon dan promo. Selain itu, pengaruh media sosial dan influencer membuat mereka merasa ter dorong untuk mengikuti tren, yang sering kali berujung pada pembelian barang yang tidak diperlukan. Mahasiswa juga lebih mudah membandingkan harga, yang meskipun dapat membantu mereka berhemat, sering kali justru memicu pembelian yang tidak terencana. Pengeluaran yang tidak terkontrol dapat mengganggu manajemen keuangan mereka, terutama bagi mahasiswa yang mengandalkan uang saku atau beasiswa. Oleh karena itu, sangat penting bagi mahasiswa untuk mendapatkan edukasi tentang pengelolaan keuangan dan dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, agar dapat berbelanja secara bijak.

Belanja online, dengan segala kemudahan yang ditawarkannya, dapat mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Kemudahan akses yang diberikan oleh platform online shop membuat mahasiswa dapat membeli barang kapan saja, tanpa harus keluar rumah. Ini memudahkan mereka untuk melakukan pembelian barang yang tidak selalu sesuai dengan kebutuhan, melainkan lebih berdasarkan keinginan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

sesaat. Dalam banyak kasus, kemudahan ini membuat mereka tidak sadar bahwa mereka telah membeli barang yang tidak penting atau berlebihan, dan ini akhirnya mengarah pada pengeluaran yang lebih besar dari anggaran yang dimiliki.

Banyak mahasiswa yang belum memiliki pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan. Tanpa pengelolaan yang terencana, mereka lebih cenderung berbelanja tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap kondisi finansial mereka. Kebiasaan belanja yang impulsif ini diperparah oleh ketidakmampuan mereka untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Tanpa keterampilan mengelola uang yang cukup, mahasiswa mungkin tidak memperhitungkan dengan cermat pengeluaran mereka, yang pada gilirannya meningkatkan risiko terjebak dalam perilaku konsumtif yang merugikan jangka panjang. Selain itu, dengan adanya literasi keuangan yang baik, mahasiswa diharapkan dapat lebih bijak dalam mengelola uang mereka dan lebih selektif dalam berbelanja, terutama di platform online shop.

Pemborosan atau israf dalam hal konsumsi barang dan jasa sangat dilarang dalam Islam. Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Isra' ayat 27:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَنَ الشَّيْطَنِ وَكَانَ الشَّيْطَنُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (٢٧)

Artinya: “Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhan-Nya” (QS. Al-Isra':27)

Dalam konteks belanja online, perilaku konsumtif yang berlebihan memang bisa dianggap sebagai pemborosan, yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Islam mengajarkan umatnya untuk hidup sederhana, bijaksana, dan tidak berlebihan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal berbelanja.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harisah & Sa'adah (2022) pengaruh online shop terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Walisongo Sampang Secara hasil uji t atau parsial dengan taraf signifikansi 5%, adanya online shop berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Adapun besaran pengaruh faktor online shop terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Walisongo Sampang sebesar 42,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini sebesar 57,2%.⁹⁵

Di era digital, media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk kebiasaan dan preferensi belanja, terutama di kalangan mahasiswa. Banyak mahasiswa mengikuti influencer atau akun media sosial tertentu yang sering kali mempromosikan produk atau barang-barang tertentu. Influencer ini, yang biasanya memiliki pengikut yang cukup banyak, dapat menciptakan tren atau gaya hidup yang diikuti oleh para pengikutnya, termasuk mahasiswa. Produk-produk yang mereka promosikan sering kali dianggap lebih terpercaya atau menarik, sehingga mahasiswa merasa ter dorong untuk membeli produk yang sama. Dengan demikian, influencer marketing tidak hanya dapat meningkatkan kesadaran merk (brand awareness), tetapi juga dapat membangun hubungan personal dengan pelanggan dan produk. Ini sangat bermanfaat bagi UMKM yang tidak memiliki akses pasar yang luas.⁹⁶

Fenomena ini memperburuk perilaku konsumtif mahasiswa karena mereka membeli barang bukan hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga karena faktor eksternal seperti tekanan sosial dan keinginan untuk mengikuti tren. Tekanan ini bisa datang dari teman sebaya atau

⁹⁵ Harisah., Sa'adah. (2022). Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Walisongo Sampang. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*. 13 (1)

⁹⁶ Nurfajrina, C., Rahmadhani, T., Aziiza, M., Septiani, I.A., Febriansyah, F., Mutia, A. "Systematic Literature Review: Peran Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan" Jurnal Perspektif Manajemen dan Keuangan". Vol. 6, No.3, Juli (2025).



SULTHAN THAHA SAIFUDDIN

J A M I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

bahkan dari media sosial itu sendiri, yang memperlihatkan gaya hidup tertentu yang seolah-olah "wajib" diikuti agar bisa diterima dalam kelompok sosial mereka. Sebagai contoh, mahasiswa mungkin merasa perlu membeli produk tertentu agar tidak ketinggalan tren atau dianggap kurang mengikuti perkembangan zaman.

Ajaran Islam menekankan terwujudnya keadilan dalam tatanan kehidupan masyarakat, baik yang bersifat mu'amalah maupun 'ibadah. Meskipun harga ditentukan oleh mekanisme pasar yang bertitik tolak pada kekuatan permintaan dan penawaran, namun keadilan tetap menjadi perhatian, misalnya mengenai harga yang adil. Diharamkannya riba, misalnya, merupakan upaya preventif untuk menjamin terciptanya harga yang adil. Istilah harga yang adil pada prinsipnya sudah ada sejak awal peradaban Islam. Ini, misalnya, dapat ditemukan dalam beberapa hadis Rasulullah saw.⁹⁷

Mahasiswa di FEBI UIN Jambi juga sangat terpengaruh oleh media sosial dan influencer yang mempromosikan produk tertentu. Ini adalah faktor yang sering kali memengaruhi keputusan pembelian mereka. Misalnya, mahasiswa yang mengikuti akun media sosial atau influencer yang sering mempromosikan produk atau barang tertentu, cenderung merasa tertarik untuk membeli produk tersebut. Tekanan sosial dari teman sebaya atau tren yang berkembang di media sosial membuat mahasiswa merasa harus mengikuti apa yang sedang populer, termasuk dalam hal berbelanja. Fenomena ini memperburuk perilaku konsumtif karena mahasiswa tidak hanya membeli barang berdasarkan kebutuhan, tetapi juga karena faktor sosial dan eksistensial. Kemudahan untuk membandingkan harga di berbagai platform juga dapat berfungsi ganda; sementara ini memungkinkan mahasiswa untuk berhemat, sering kali juga memicu keputusan pembelian yang tidak direncanakan.

⁹⁷ Addiarrahman. "Adakah Sistem Pasar Bebas Islami?". *Jurnal Muqtasid*. Volume 5 Nomor 1, Juni (2014). hal 129



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

2. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji regresi linier menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup Hedonisme (X2) secara parsial berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. Gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang mengikuti gaya hidup seperti ini cenderung lebih fokus pada hal-hal yang memberikan kepuasan emosional, seperti pakaian trendi, makanan mewah, dan hiburan. Mereka sering kali membeli barang tanpa perencanaan, hanya karena tertarik atau terinspirasi oleh teman-teman atau iklan, yang bisa membuat pengeluaran mereka berlebihan. Lingkungan sosial juga mempengaruhi mereka; ketika berada di sekitar teman-teman yang hidupnya serba mewah, mereka merasa ter dorong untuk mengikuti gaya hidup seperti itu agar diterima dalam kelompok. Selain itu, mereka sering kali mengabaikan cara mengelola uang dengan bijak, lebih memilih menghabiskan uang untuk kesenangan sekarang tanpa memikirkan dampaknya di masa depan. Akibatnya, mereka bisa merasa tidak puas, karena setelah mendapatkan satu barang atau pengalaman, mereka terus mencari kesenangan baru, yang akhirnya menciptakan kebiasaan konsumsi yang tak ada habisnya. Dampak psikologisnya juga bisa cukup besar, seperti perasaan bersalah atau stres karena pengeluaran yang tidak terencana, yang bisa menambah beban emosional. Karena itu, sangat penting bagi mahasiswa untuk menyadari efek dari gaya hidup hedonis ini dan berusaha mencari keseimbangan antara menikmati hidup dan mengelola keuangan dengan bijak.

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar responden menunjukkan karakteristik gaya hidup hedonisme yang tinggi. Mahasiswa dalam penelitian ini cenderung menilai kebahagiaan melalui konsumsi barang dan jasa, seperti membeli produk teknologi terbaru, pakaian, makanan mewah, serta mengikuti tren hiburan modern. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor sosial dan pengaruh lingkungan,



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTHAN THAHA SAIFUDDIN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

seperti teman sebaya dan media sosial, berperan besar dalam membentuk pandangan hedonis di kalangan mahasiswa.

Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah peran media sosial dan pengaruh teman sebaya dalam memperkuat gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang aktif di media sosial seringkali merasa terpapar pada standar gaya hidup tertentu yang ditampilkan oleh influencer atau selebritas, yang sering kali berfokus pada konsumsi barang-barang mewah dan gaya hidup penuh kesenangan. Pengaruh teman sebaya juga turut memperbesar kecenderungan konsumtif mahasiswa, di mana mereka merasa harus mengikuti gaya hidup konsumtif untuk diterima dalam kelompok sosial mereka.

Gaya hidup hedonisme seringkali dikaitkan dengan kurangnya kontrol terhadap pengeluaran, terutama dalam mengelola keuangan pribadi. Mahasiswa yang menganut gaya hidup ini mungkin lebih cenderung untuk menghabiskan uang mereka untuk hal-hal yang bersifat konsumtif, seperti membeli gadget terbaru, pakaian branded, atau menikmati aktivitas hiburan. Mereka cenderung mengutamakan kepuasan saat ini tanpa memikirkan masa depan atau pentingnya menabung.

Lingkungan sosial mahasiswa, terutama di kampus, memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk perilaku konsumtif. Dalam kelompok teman yang mendukung gaya hidup hedonis, mahasiswa merasa ter dorong untuk membeli barang-barang tertentu agar dianggap "kekinian" atau "bergaya". Tekanan dari teman sebaya (peer pressure) sering kali menjadi pendorong utama dalam pengambilan keputusan konsumtif, karena mereka ingin diterima dan tidak merasa tertinggal.

Gaya hidup hedonis lebih menekankan pada pencarian kenikmatan dan kepuasan diri melalui materi, hiburan, dan kesenangan dunia. Hal ini sering terlihat dalam pola konsumsi yang mengutamakan kemewahan, kebahagiaan sementara, serta pengeluaran berlebihan untuk barang-barang atau pengalaman yang tidak selalu bermanfaat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN

J A M I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hedonisme dapat muncul ketika seseorang merasa bahwa kebahagiaan hanya dapat dicapai melalui konsumsi barang-barang mewah atau memenuhi keinginan pribadi, tanpa memperhatikan nilai-nilai spiritual atau kebermanfaatan jangka panjang. Misalnya, seorang mahasiswa yang membeli pakaian atau gadget terbaru hanya untuk mengikuti tren atau agar terlihat lebih "keren" di mata orang lain.

Dalam perspektif Islam, gaya hidup hedonis sangat bertentangan dengan konsep kesederhanaan (zuhud) yang diajarkan dalam agama. Rasulullah SAW mengajarkan umatnya untuk tidak terlalu mencintai dunia dan menghindari perilaku yang berfokus hanya pada kepuasan materi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Any Eliza bahwasanya gaya hidup hedonis yang mendorong mereka melakukan perilaku konsumtif. Dimana akibat adanya kegiatan, minat dan pendapat mereka diluar kebutuhan karena orientasi mereka bukan berdasarkan prinsip syariat Islam. Akan tetapi lebih pada kesenangan tersendiri sehingga tidak memperhatikan manfaat dari produk yang dibeli. Oleh karena itu diharapkan dalam melakukan pembelian diniatkan untuk ibadah. mahasantri harus berupaya untuk meminimalisir kegiatan yang perilaku konsumtif, membeli barang yang dibutuhkan untuk mencukupi dan tidak perlu membeli barang yang dimaksudkan untuk bermegah-megahan apalagi hanya untuk mengikuti trend gaya hidup semata.⁹⁸

Hal tersebut sebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dafa yang menyatakan bahwa Secara parsial gaya hidup hedonis yang diterapkan oleh responden berada kategori tinggi. Baik dalam aspek aktivitas, minat, dan opini yang berkaitan dengan objek penelitian dapat mengkonstruksikan gaya hidup hedonis dengan baik. Pada penelitian ini, ditemukan aspek yang dapat mengkonstruksi gaya hidup hedonis

⁹⁸ Any Eliza, "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Santri Ma'had Al-Jami'ah UIN Raden Intan Lampung)." (Lampung, UIN Raden Intan Lampung, 2018). Hal. 123



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dominan seperti melakukan kegiatan berbelanja, berminat kepada fashion, dan memikirkan tentang produk.⁹⁹

3. Pengaruh *Onlineshop* Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji regresi linier menunjukkan bahwa variabel Onlineshop dan Gaya Hidup Hedonisme secara simultan berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. Melalui hasil dari uji F menunjukkan secara bersama-sama variabel *online shop* dan *gaya hidup hedonisme* berpengaruh positif dan signifikan terhadap prilaku konsumtif mahasiswa. Pengaruh onlineshop dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sangat signifikan dalam konteks masyarakat digital saat ini. Onlineshop menawarkan kemudahan akses ke berbagai produk yang memicu pembelian impulsif, terutama dengan adanya promosi dan diskon menarik. Dengan adanya promosi, ini bertujuan agar masyarakat dapat memahami dengan baik atas produk jasa yang ditawarkan oleh bank sehingga masyarakat tersebut dapat mengambil keputusan untuk menabung di bank syariah. Promosi dapat dilakukan melalui periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), publisitas (publicity), dan penjualan pribadi (personal selling).¹⁰⁰ Di sisi lain, gaya hidup hedonisme, yang menekankan pada pencarian kenikmatan dan kepuasan instan, seringkali mendorong mahasiswa untuk menghabiskan lebih banyak uang pada barang dan pengalaman yang dianggap memberikan kebahagiaan. Interaksi antara kedua faktor ini menciptakan pola konsumsi yang berpotensi berlebihan, di mana mahasiswa merasa ter dorong untuk berbelanja demi memenuhi ekspektasi sosial yang dipicu oleh media sosial dan influencer. Namun,

⁹⁹ Dafa, Muhammad. "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Pakaian Melalui E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa FISIP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta". *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. (2022). Hal. 97

¹⁰⁰ Khairunnisa, F.H., et al. Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Jambi. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*. 2 (1) (2025). Hal. 438



SULTHAN THAHA SAIFUDDIN

J A M I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

perilaku konsumtif yang tidak terkendali ini dapat berdampak negatif pada finansial, seperti utang yang menumpuk, serta memengaruhi emosional mereka. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk meningkatkan kesadaran mengenai dampak dari perilaku konsumtif ini dan mengadopsi kebiasaan yang lebih sehat dalam pengelolaan keuangan.

Pengaruh belanja online dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Jambi cukup signifikan. Mahasiswa seringkali merasa ter dorong untuk membeli barang-barang yang memberi kepuasan instan, baik karena keinginan pribadi atau pengaruh dari lingkungan sosial. Belanja online mempermudah mereka untuk membeli barang, sementara gaya hidup hedonisme mendorong mereka untuk mencari kesenangan secepatnya. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk lebih bijak dalam mengatur pengeluaran mereka dan memahami dampak jangka panjang dari kebiasaan konsumtif yang berlebihan terhadap kondisi finansial dan psikologis mereka. Banyak mahasiswa membeli barang hanya untuk mengikuti tren yang mereka lihat di media sosial. Misalnya, jika seorang influencer mempromosikan produk tertentu, mahasiswa mungkin merasa ter dorong untuk membeli barang tersebut agar tidak ketinggalan atau agar terlihat "up-to-date" di mata teman-temannya.

Namun, kebiasaan ini bisa berisiko bagi keuangan mereka. Tanpa pengelolaan uang yang baik, mahasiswa bisa terjebak dalam pola konsumtif yang berlebihan, yaitu membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan hanya karena dorongan emosional atau untuk memenuhi standar sosial tertentu. Hal ini bisa membuat pengeluaran mereka membengkak dan mengganggu kestabilan finansial mereka di masa depan. Selain itu, kebiasaan belanja berlebihan ini juga dapat memberi dampak psikologis. Setelah membeli barang yang diinginkan, mahasiswa mungkin merasa senang sesaat, namun perasaan ini seringkali cepat hilang, dan mereka kembali merasa ingin membeli barang baru



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTHAN THAHA SAIFUDDIN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

untuk mencari kepuasan lagi. Perasaan ini bisa menyebabkan ketidakpuasan berkelanjutan dan stres jika pengeluaran tidak terkontrol dengan baik.

Indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi suatu daerah dalam suatu periode tertentu ditunjukkan oleh data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) wilayah atau daerah tersebut. Pertumbuhan ekonomi adalah salah satu indicator penting dalam melakukan analisis tentang pembangunan ekonomi yang terjadi pada suatu negara. Pertumbuhan ekonomi menunjukkan sejauh mana aktivitas perekonomian akan menghasilkan tambahan pendapatan masyarakat pada suatu periode tertentu. Di samping analisis pertumbuhan ekonomi dapat digunakan untuk menentukan keberhasilan pembangunan yang telah dicapai, dapat pula digunakan untuk menentukan arah pembangunan yang akan datang.¹⁰¹

Oleh karena itu, sangat penting bagi mahasiswa untuk belajar mengelola pengeluaran dengan bijak. Mereka perlu menyadari bahwa kesenangan sesaat tidak selalu sebanding dengan dampak jangka panjang yang bisa mengganggu kondisi keuangan dan kesejahteraan mereka. Mengambil waktu untuk mempertimbangkan apakah barang yang dibeli benar-benar dibutuhkan atau hanya untuk mengikuti tren bisa membantu mereka untuk membuat keputusan yang lebih bijak dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Untuk mengatasi hal ini, mahasiswa perlu dilatih untuk lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi dan tidak terjebak dalam siklus konsumtif yang berlebihan. Pendidikan mengenai manajemen keuangan dan pentingnya perencanaan keuangan yang matang bisa membantu mahasiswa untuk lebih bijak dalam membuat keputusan konsumsi. Dengan demikian, mereka bisa menghindari dampak negatif dari perilaku konsumtif yang berlebihan, baik itu dari segi keuangan maupun

¹⁰¹ Kurniawan, Bambang. "Analisis Sektor Ekonomi Unggulan Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi". Jurnal Ekonomi Islam (Islamic Economics Journal) Vol.4, No.1. (2016)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

kesehatan mental. Pertumbuhan ekonomi di Sumatera kemungkinan masih terkonsentrasi pada daerah-daerah tertentu, sektor-sektor tertentu, serta hanya dikuasai oleh segelintir kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain pertumbuhan ekonomi belum dinikmati secara merata oleh seluruh masyarakat di Sumatera karena adanya ketimpangan.¹⁰²

Islam mengajarkan umatnya untuk hidup sederhana dan moderat dalam segala hal, termasuk dalam berbelanja. Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَعْزِفُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوْامًا (٦٧)

Artinya: “*Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya*” (QS. Al-Furqan)

Ayat ini mengingatkan umat Islam untuk tidak berlebihan dalam berbelanja, yang bisa menyebabkan pemborosan atau pengeluaran yang tidak perlu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hasnidar Thamrin & Adnan Achiruddin Saleh dapat diartikan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonis pada mahasiswa maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis pada mahasiswa maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya.¹⁰³

Aplikasi belanja online dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif secara simultan. Oleh karena itu ketika, aplikasi belanja online dan gaya hidup digabungkan secara bersama-sama maka akan mendorong meningkatkan perilaku konsumtif

¹⁰² Mubyarto, Novi. “Analisis Determinan Kemiskinan di Sumatera”. *Jurnal Development*. Hal 40

¹⁰³ Hasnidar Thamrin and Adnan Achiruddin Saleh, “Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa,” *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 11, no. 1 (2021). Hal. 12



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN THAHA SAIFUDDIN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

mahasiswa jurusan manajemen Angkatan 2018 STIE Amkop Makassar. Karena variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih belum cukup untuk mewakili semua faktor perilaku konsumtif, maka diharapkan akan ditambahkan variabel-variabel tambahan agar peneliti selanjutnya dapat memahami faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Sehingga hanya dapat menjelaskan 31,2% pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Hasrullah Liong Misi, Merliana Asia Putri Darwis, and Marhaeni Sabil, “Pengaruh Aplikasi Belanja Online dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif,” *Management and Accounting Research Statistics* 3, no. 2 (June 20, 2023): 1–12, <https://doi.org/10.59583/mars.v3i2.42>. Hal. 9

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh onlineshop dan gaya hidup hedonisme terhadap prilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN STS Jambi dalam perspektif Islam.

1. Variabel Onlineshop (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Online Shop memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis yang menunjukkan bahwa Online Shop berpengaruh positif dan signifikan terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa diterima. Kemudahan akses, promo, serta pengaruh media sosial dan influencer mendorong mahasiswa berbelanja impulsif, bahkan melebihi kebutuhan.
2. Variabel Gaya Hidup Hedonisme (X2) secara parsial berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup Hedonisme memiliki nilai signifikansi $0,046 < 0,05$ yang berarti hipotesis yang menunjukkan bahwa Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa diterima. Lingkungan sosial, teman sebaya, dan tren media sosial memperkuat pola konsumsi berlebihan demi kepuasan sesaat, sehingga berdampak pada keuangan dan psikologis.
3. Variabel Onlineshop dan Gaya Hidup Hedonisme secara simultan berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. Melalui hasil dari uji F menunjukkan secara bersama-sama variabel online shop dan gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap prilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan anova dimana nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu hipotesis yang menunjukkan bahwa variabel online shop dan gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap prilaku konsumtif mahasiswa. Kombinasi keduanya membuat mahasiswa lebih rentan pada pembelian impulsif dan pola hidup konsumtif. Dalam perspektif Islam,



perilaku konsumtif berlebihan tergolong pemborosan yang dilarang, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Isra': 27 dan QS. Al-Furqan: 67. Oleh karena itu, mahasiswa perlu meningkatkan literasi keuangan, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta menerapkan sikap sederhana dan bijak dalam berbelanja.

B. Implikasi

1. Penggunaan online shop secara berlebihan oleh mahasiswa dapat mengakibatkan berbagai implikasi yang signifikan. Pertama, dampak keuangan menjadi perhatian utama; mahasiswa seringkali mengandalkan uang saku atau pinjaman, yang dapat mengakibatkan utang menumpuk dan kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi. Selain itu, kecanduan belanja dapat muncul, di mana mahasiswa merasa perlu membeli barang baru sebagai pelarian dari stres atau untuk memenuhi keinginan emosional. Ini sering kali mengganggu fokus akademis, karena waktu yang seharusnya digunakan untuk belajar dialihkan untuk berbelanja, berdampak pada kinerja akademis mereka.
2. Gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa dapat memiliki berbagai implikasi yang signifikan. Pertama, fokus yang berlebihan pada pencarian kesenangan dan kepuasan instan dapat mengalihkan perhatian dari tujuan akademis, sehingga mengurangi motivasi belajar dan menghambat pencapaian akademis. Selain itu, kebiasaan ini sering kali melibatkan pengeluaran uang yang berlebihan untuk hiburan, makanan, dan barang-barang mewah, yang dapat menyebabkan masalah keuangan.

Saran

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan pada penelitian ini yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya, untuk menambahkan variabel atau mengubah variabel yang akan digunakan, karena didasarkan pada kesimpulan R^2 penelitian ini sebesar 57,9% dari selain dari ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempengaruhi keputusan berperilaku konsumtif.



SULTAN THAHA SAIFUDDIN

J A M I I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

2. Untuk membantu mahasiswa menghindari belanja online dan gaya hidup hedonis, penting untuk menetapkan anggaran bulanan. Dengan memiliki anggaran, mahasiswa dapat lebih sadar akan pengeluaran mereka dan fokus pada kebutuhan dasar daripada keinginan. Selain itu, menciptakan hobi baru seperti olahraga, seni, atau kegiatan sosial yang tidak memerlukan pengeluaran dapat mengalihkan perhatian dari dorongan untuk berbelanja. Mengatur waktu untuk belajar juga sangat efektif; dengan mengisi waktu yang biasanya digunakan untuk berbelanja dengan kegiatan produktif, mahasiswa dapat lebih fokus pada tujuan akademis. Selanjutnya, membatasi akses ke media sosial dan platform belanja online bisa membantu mengurangi godaan. Terakhir, bergabung dengan komunitas atau kelompok yang memiliki tujuan serupa dapat memberikan dukungan sosial yang positif, membuat mahasiswa lebih termotivasi untuk menjauhi belanja berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

- Q.S. Al-Baqarah 2 : 275, Terjemahan Qur'an Kemenag 2019
Q.S. Al- Israa 26-27, Terjemahan Qur'an Kemenag 2019
QS.Al-Isyra' : 27, Terjemahan Qur'an Kemenag, 2019

B. Buku

- Agus Hernawan. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga, 2012.
Agus Irianto, Op. Cit., hlm. 15
Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam", (Dinar, Vol.1 No.2), Januari 2015, h.4-5
Ali Hasan, M. Berbagai Macam Transaksi dalam Islam Fiqh Muamalah. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
Amin Nur Baits, Pengantar Fiqh Jual Beli, Jogjakarta: Pustaka Muamalah, 2016.
Baits & Amin Nur. Pengantar Fiqh Jual Beli. Jogjakarta: Pustaka Muamalah,2016.
Basu Swastha dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern cetakan ketigabelas, Yogyakarta: Liberty, 2008.
Br Sinulingga, Nora Anisa. *Perilaku Konsumen Strategi Dan Teori*. IOCS Publisher, 2023.
Dameria, Sinaga. *Buku Ajar Statistika Dasar*. Jakarta Timur: UKI Press, 2014.
Edi Warsidi, "konsumtif merusak prilaku karakter bangsa" (Jakarta: CV Rizky Aditya, 2010).
Etta Mamang Sangadji, Sopiah. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: ANDI, 2013.
Ghufon Adjib, Fiqh Muamalah II Kontemporer Indonesia, Semarang: CV Karya Abadi Jaya , 2015.
Haryoko, Sapto, Bahartiar, and Fajar Arwadi. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik & Prosedur Analisis)*. Makassar: Badan Penerbit UNM, 2020.
Hidayat,Taufik, Panduan Membuat Toko Online Dengan OsCommerce. Jakarta: Mediakita, 2008.
Juliansyah Noor, Metodologi Penelitian, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013).
Minor, Mowen. Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga, 2002.
Moleong, Lexy J. "Metodologi Penelitian Kualitatif," 2002.
Philip Kotler dan Kevin Lan Keller, Manajemen Pemasaran Edisi Ke-13, Jakarta; Erlangga, 2008.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sufha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufha Jambi

- Priyanto, Duwi. *Panduan Mudah Bisnis Online*. Jakarta: MediaKom, 2009.
- Rosmawati, Dini Vientiany, Nasib, Badri Juarsa, and Eka Yudhyani. *Pemasaran Bisnis Era Digital*. Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia, 2023.
- Samsiyah, Siti. *Perilaku Konsumen*. Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara, 2023.
- Sugiyono. "Metode Penelitian." In *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ALFABETA, 2019.
- Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 89.
- Sumartono. *Terperangkap dalam iklan*. (Cv. Alfabeta: Bandung 2002).
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Tim Penyusun Pusat Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2005).
- Usman Effendi, Psikologi Konsumen, 2016, Jakarta: Rajawali Pers, hal.15
- Wardani, Laila Meiliyandrie Indah, and Ritia Anggadita. *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. NEM, 2021.
- Wardhana, Aditya. *Consumer Behaviour*. Jawa Barat: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2020.
- William G. Zikmund dan Barry J. Babin, Menjelajahi Riset Pemasaran, Terjemah Edisi 10, Jakarta: Penerbit Salemba, 2012.

C. Jurnal dan Skripsi

- Addiarrahman. "Adakah Sistem Pasar Bebas Islami?". *Jurnal Muqtasid*. Volume 5 Nomor 1, Juni (2014)
- Ahsan Lodeng, Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Prilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam, (Lampung: UIN Raden Intan, 2018) hlm.52
- Aini, N & Subhan, M. "Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index Periode 2021-2023". *Journal Islamic Accounting Competency*. 5(1) 2025.
- Aldi Septian, *Analisis Prilaku Konsumsi Dalam Islam, Fakultas Ilmu Keislaman*, Universitas Trunojoyo Madura, Vol.1 No.1 2015, hlm.2-4
- Anggraeni, Lidya & Anggraini, Dessy. "Pengaruh E-Commerce dan QRIS Terhadap Pendapatan UMKM Berbasis E-digital di Kota Jambi". *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* Vol. 9, No.1 (Juni 2025), pp. 31-49
- Anggraini, M., Mubyarto, N., Anita, E., Munsarida. "Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pondok Cik Roza Kelurahan The Hok". *Jurnal Makesya*. 3 (1) (2023).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- Annisa.. *Efektivitas Konseling Behavioral dengan Teknik Self-Management untuk Meningkatkan Kecerdasan Emosional Peserta Didik Kelas VII di SMP Negeri 19 Bandar Lampung tahun Ajaran 2017/2018.* Skripsi. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Apjii.or.id diakses pada tanggal 28 april 2023 pukul 20.35 WIB
- Aprilia & Hartoyo. “Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung)” dalam Jurnal sosiologi. Vol. 15, No. 1: 2014
- Cut Trisnawati, “Pengaruh Hedonisme, Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Univeritas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)
- Eni nuraini “Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Uin Walisongo Semarang” 2018
- Erli Ermawati dan Indriyati, ”*Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Prilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMP N ! Piyungan*”, *Jurnal Spirits*, Vol. 2, No.1, November 2011
- Ferawati, Rofiqoh & Bariatun, Linda. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Sosialisasi, Dan Jenis Kelamin Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah Pada Generasi Z Di Jambi”. *Jurnal Makesya* Volume 5 Nomor 1. (2025)
- Fitria, D., Hardi, E. A., Agusriandi. “Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Bsi Mobile Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* Vol.3, No.1. (2025)
- Habriyanto, “Studi Kualitatif Pola Konsumsi Masyarakat Kota Jambi pada Bulan Ramadhan Berdasarkan Faktor Sosial ”. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), September 2019, pp.123-128
- Hanum, Nurlaila.” Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa.” *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol. 1, No. 2 (Oktober 2017).
- Hardi, Eja Armaz. “Analisis Peluang dan Ancaman Produk Pasar Modal: Studi Kasus Sukuk di Indonesia” *Kontekstualita*, Vol. 30, No. 2, (2015)
- Ida Zakiah Sofyan_Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto), 2021.
- Inggri Septianie, Mariati Tirta Wiyata. “ Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online Pada Platform



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN
J A M I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli.
a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- E-Commerce Lazada Indonesia.” Winter Journal, Vol.1 No.1 (Agustus, 2020).
- Jumarni, Jumarni. “Pengaruh Marketplace Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muda (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI Iain Bone).” *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah* 4, no. 2 (December 5, 2021): 1–14. <https://doi.org/10.30863/al-tsarwah.v4i2.2059>.
- Khairunnisa, F.H., et al. Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Jambi. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*. 2 (1) (2025)
- Khairunnisa, Febby Hanum. “Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Jambi.” *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen* Vol.2, No.1 Maret (2025)
- Kurniawan, Bambang. “Analisis Sektor Ekonomi Unggulan Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi”. *Jurnal Ekonomi Islam (Islamic Economics Journal)* Vol.4, No.1. (2016)
- Kusuma, R. B., Kurniawan, B., Nofriza, E. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Bsi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Angkatan 2020” *Journal Of Islamic Banking* 5 (1) (2025)
- Misi, Hasrullah Liong, and Merliana Asia Putri Darwis. “Pengaruh Aplikasi Belanja Online Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif.” *MARS Journal* 1, no. 12 (2023).
- Misna., Hafiz, A.P., Budianto, Achyat. “Analisis Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Pada Umkm Kerupuk Amplang Kecamatan Rete Riau”. *Jurnal Makesya* Volume 5 Nomor 1 (2025).
- Mubyarto, Novi. “Analisis Determinan Kemiskinan di Sumatera”. *Jurnal Development*
- Nobiansyah, Ragil. —Implementasi Bisnis E-Commerce Dalam Perspektif Syariah Pada PT Galaksi Dunia Halal. *Journal of Chemical Information and Modeling*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.
- Nooriah Mujahidah. *Analisis perilaku konsumtif dan penanganannya (Studi Kasus peserta Didik SMK Negeri Makasar)*. Skripsi. Fakultas Ilmu pendidikan, Universitas Negeri Makasar 2020. Hlm.5
- Nurfajrina, C., Rahmadhani, T., Aziiza, M., Septiani, I.A., Febriansyah, F., Mutia, A. “Systematic Literature Review: Peran Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan” *Jurnal Perspektif Manajemen dan Keuangan*”. Vol. 6, No.3, Juli (2025).
- Paendong, Melissa, and Maria V J Tielung. “Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri



- Smartfren Cabang Manado.” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no. 04 (2016)
- Pratiwi, Anggy Andesta., Dari, E., Anatasya, Oktovia., Camalia, Riyan., Mutia. Agustina. “Pentingnya Manajemen Strategi Untuk Karier Generasi Muda”. *Jurnal Perspektif Manajemen dan Keuangan*, 6 (3), Juli 2025
- Rahma, Sri. “Penerapan Green Economy dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Bank Sampah (Studi Kasus pada Bank Sampah di Kota Jambi)”. *Ekonomis: Journal of Economics and Business* Vol 9, No 1 (2025): Maret, 326-332
- Rifkhi, Muhammad., Syahrizal, Ahmad., Budianto, Achyat. “Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan dan Locus of Controlterhadap Perilaku Manajemen Bisnis pada UMKMParfum Reffil di Kota Jambi”. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*. Volume. 3 Nomor. 2 April (2025).
- Siregar, S.Y., Nengsih, T.A., Siregar, E.S. “Analisis Kinerja Keuangan Dengan EVA Dan MVA Pada Perusahaan Telekomunikasi Periode 2015-2020”. *Jurnal Makesya*, 2 (1). (2022)
- Thamrin, Hasnidar, and Adnan Achiruddin Saleh. “Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa” 11, no. 1 (2021).
- Tira Nur Fitria, “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 03 No. 01, Maret 2017
- Wati, S. H., Mutia, A. “The Impact Of Internal Factors On The Efficiency Of Umkm Processing In Pineapple In Tangkit Baru Village”. *Bisnis, Jasa Dan Keuangan*, Volume 1 Issue 2 (Juli, 2025)
- Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N.W.S. 2016. *Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian pada Siswa Sekolah Menengah Atas. Jurnal Psikologi Teori dan Terapan.* Vol. 6 (2): 102-106.
- Yari dwikurnaningsih “Pengaruh Online Shop Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” 2020

D. Internet

<https://panduan.digital.net/> diakses pada tanggal 28 april pukul 22.00 WIB
<Https://www.kompasian.com/amp/lanainunnisa/prilaku-konsumtif-mahasiswa58496b97149373f2100be561> Di akses pada tanggal 30 april 2023 Pukul 11:00 WIB



@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

LAMPIRAN

1. Pengisian angket oleh mahasiswa

KUESIONER PENELITIAN											
"PENGARUH ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI UIN STS JAMBI MENURUT PERSPEKTIF ISLAM"											
<p>Kepada Responden Yth,</p> <p>Bapak/Ibu/Saudara/i mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi yang pernah membeli produk <i>fashion</i> (pakaian, sepatu, tas, jam tangan, aksesoris) melalui online shop.</p> <p>Perkenalkan saya Winy Meldiani, mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka memenuhi tugas akhir yang berjudul "Pengaruh Online Shop Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi Menurut Perspektif Islam" untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, saya mohon kesedian Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner beikut ini. Kuesioner ini tidak memiliki jawaban benar atau salah, sehingga diharapkan jawaban yang diberikan sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i. Hasil jawaban yang diperoleh akan dijamin kerahasiaannya. Atas kerjasama dan segala bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terima kasih.</p> <p style="text-align: right;">Winy Meldiani NIM: 501190364</p> <p>PETUNJUK PENGISIAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Isilah identitas Anda terlebih dahulu 2. Baca dan pahami baik-baik setiap pernyataan, lalu berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang Anda pilih. Terdapat lima pilihan jawaban untuk setiap pertanyaan, yaitu: <table border="0"> <tr> <td>SS</td> <td>= Sangat Setuju</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>= Setuju</td> </tr> <tr> <td>KS</td> <td>= Kurang Setuju</td> </tr> <tr> <td>TS</td> <td>= Tidak Setuju</td> </tr> <tr> <td>STS</td> <td>= Sangat Tidak Setuju</td> </tr> </table> 		SS	= Sangat Setuju	S	= Setuju	KS	= Kurang Setuju	TS	= Tidak Setuju	STS	= Sangat Tidak Setuju
SS	= Sangat Setuju										
S	= Setuju										
KS	= Kurang Setuju										
TS	= Tidak Setuju										
STS	= Sangat Tidak Setuju										



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli!
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

3. Jika Anda ingin merubah jawaban Anda, berilah garis sejajar pada jawaban Anda sebelum tanda centang (= ✓)
4. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban adalah benar, jika Anda menjawab sesuai kondisi dan perasaan Anda.

Identitas Responden

Nama : karina
 NIM : 502230049
 Jenis Kelamin : Perempuan.

ONLINE SHOP (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya percaya penjual akan mengirimkan barang yang saya pesan		✓			
2.	Informasi yang saya dapatkan di online shop sangat baik dan berguna		✓			
3.	Online shop memudahkan saya dalam berbelanja		✓			
4.	Harga yang ditawarkan di online shop sesuai dengan kualitas		✓			
5.	Saya nyaman berbelanja di online shop		✓			

GAYA HIDUP HEDONISME (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Berbelanja adalah kegiatan yang saya sukai				✓	
2.	Saya senang membuka aplikasi online shop untuk melihat produk produk yang dijual				✓	
3.	Saya menikmati waktu senggang dengan mengunjungi toko online		✓			
4.	Saya melihat benda/ pernak pernik yang dijual di online adalah salah satu aktivitas yang menyenangkan				✓	
5.	Saya men download aplikasi online shop untuk mempermudah aktivitas belanja		✓			
6.	Sering kali saya melakukan pembelian di online shope tanpa rencana sebelumnya	✓				



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

PERILAKU KONSUMTIF (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya membeli produk karena adanya imingiming hadiah		✓			
2.	Saya membeli produk hanya karena kemasan yang menarik		✓	✓		
3.	Saya membeli produk mahal agar tampil percaya diri					
4.	Ketika berbelanja saya mempertimbangkan mahal atau tidaknya harga terlebih dahulu					
5.	Saya membeli produk yang sedang tren demi menjaga penampilan dan gengsi					
6.	Saya membeli produk karena ingin memiliki barang yang sama dengan idola saya		✓			
7.	Saya membeli barang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri				✓	
8.	Sayang sering membeli produk yang sama			✓		



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultan Thaha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultan Thaha Jambi

3. Jika Anda ingin merubah jawaban Anda, berilah garis sejajar pada jawaban Anda sebelum tanda centang (= ✓)
4. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban adalah benar, jika Anda menjawab sesuai kondisi dan perasaan Anda.

Identitas Responden

Nama : Wulan Ma'ari
 NIM : 501190161
 Jenis Kelamin : Perempuan

ONLINE SHOP (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya percaya penjual akan mengirimkan barang yang saya pesan					✓
2.	Informasi yang saya dapatkan di online shop sangat baik dan berguna			✓		
3.	Online shop memudahkan saya dalam berbelanja	✓				
4.	Harga yang ditawarkan di online shop sesuai dengan kualitas		✓			
5.	Saya nyaman berbelanja di online shop			✓		

GAYA HIDUP HEDONISME (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Berbelanja adalah kegiatan yang saya sukai				✓	
2.	Saya senang membuka aplikasi online shop untuk melihat produk produk yang dijual				✓	
3.	Saya menikmati waktu senggang dengan mengunjungi toko online			✓		
4.	Saya melihat benda/ pernak pernik yang dijual di online adalah salah satu aktivitas yang menyenangkan				✓	
5.	Saya men download aplikasi online shop untuk mempermudah aktivitas belanja			✓		
6.	Sering kali saya melakukan pembelian di online shop tanpa rencana sebelumnya	✓				



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengulipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengulipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

PERILAKU KONSUMTIF (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya membeli produk karena adanya imingiming hadiah		✓			
2.	Saya membeli produk hanya karena kemasan yang menarik		✓	✓		
3.	Saya membeli produk mahal agar tampil percaya diri					
4.	Ketika berbelanja saya mempertimbangkan mahal atau tidaknya harga terlebih dahulu	✓				
5.	Saya membeli produk yang sedang tren demi menjaga penampilan dan gengsi			✓		
6.	Saya membeli produk karena ingin memiliki barang yang sama dengan idola saya			✓		
7.	Saya membeli barang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri		✓			
8.	Sayang sering membeli produk yang sama		✓			



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sufha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufha Jambi

3. Jika Anda ingin merubah jawaban Anda, berilah garis sejajar pada jawaban Anda sebelum tanda centang (= ✓)
4. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban adalah benar, jika Anda menjawab sesuai kondisi dan perasaan Anda.

Identitas Responden

Nama : DINI ANGRAYANI

NIM : SO3210057

Jenis Kelamin : Perempuan

ONLINE SHOP (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya percaya penjual akan mengirimkan barang yang saya pesan		✓			
2.	Informasi yang saya dapatkan di online shop sangat baik dan berguna			✓		
3.	Online shope memudahkan saya dalam berbelanja			✓		
4.	Harga yang ditawarkan di online shop sesuai dengan kualitas		✓			
5.	Saya nyaman berbelanja di online shop		✓			

GAYA HIDUP HEDONISME (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Berbelanja adalah kegiatan yang saya sukai		✓			
2.	Saya senang membuka aplikasi online shop untuk melihat produk produk yang dijual			✓		
3.	Saya menikmati waktu senggang dengan mengunjungi toko online			✓		
4.	Saya melihat benda/ pernak pernik yang dijual di online adalah salah satu aktivitas yang menyenangkan				✓	
5.	Saya men download aplilasi online shop untuk mempermudah aktivitas belanja		✓			
6.	Sering kali saya melakukan pembelian di online shope tanpa rencana sebelumnya					✓



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

PERILAKU KONSUMTIF (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya membeli produk karena adanya imingiming hadiah		✓			
2.	Saya membeli produk hanya karena kemasan yang menarik		✓			
3.	Saya membeli produk mahal agar tampil percaya diri	✓				
4.	Ketika berbelanja saya mempertimbangkan mahal atau tidaknya harga terlebih dahulu			✓		
5.	Saya membeli produk yang sedang tren demi menjaga penampilan dan gengsi			✓		
6.	Saya membeli produk karena ingin memiliki barang yang sama dengan idola saya	✓				
7.	Saya membeli barang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri	✓				
8.	Sayang sering membeli produk yang sama				✓	



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sufha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufha Jambi

3. Jika Anda ingin merubah jawaban Anda, berilah garis sejajar pada jawaban Anda sebelum tanda centang (= ✓)
4. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban adalah benar, jika Anda menjawab sesuai kondisi dan perasaan Anda.

Identitas Responden

Nama : Dinda aprilia
 NIM : 504190070
 Jenis Kelamin :

ONLINE SHOP (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya percaya penjual akan mengirimkan barang yang saya pesan	✓				
2.	Informasi yang saya dapatkan di online shop sangat baik dan berguna		✓			
3.	Online shope memudahkan saya dalam berbelanja			✓		
4.	Harga yang ditawarkan di online shop sesuai dengan kualitas			✓		
5.	Saya nyaman berbelanja di online shop	✓				

GAYA HIDUP HEDONISME (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Berbelanja adalah kegiatan yang saya sukai	✓				
2.	Saya senang membuka aplikasi online shop untuk melihat produk produk yang dijual		✓			
3.	Saya menikmati waktu senggang dengan mengunjungi toko online			✓		
4.	Saya melihat benda/ pernak pernik yang dijual di online adalah salah satu aktivitas yang menyenangkan			✓		
5.	Saya men download aplikasi online shop untuk mempermudah aktivitas belanja	✓				
6.	Sering kali saya melakukan pembelian di online shope tanpa rencana sebelumnya	✓				



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

PERILAKU KONSUMTIF (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya membeli produk karena adanya imingiming hadiah		✓			
2.	Saya membeli produk hanya karena kemasan yang menarik		✓			
3.	Saya membeli produk mahal agar tampil percaya diri	✓				
4.	Ketika berbelanja saya mempertimbangkan mahal atau tidaknya harga terlebih dahulu			✓		
5.	Saya membeli produk yang sedang tren demi menjaga penampilan dan gengsi			✓		
6.	Saya membeli produk karena ingin memiliki barang yang sama dengan idola saya			✓		
7.	Saya membeli barang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri		✓			
8.	Sayang sering membeli produk yang sama	✓				



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

2. Hasil analisis

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Online Shop	96	12	25	19.89	3.098
Gaya Hidup Hedonisme	96	13	29	21.34	3.565
Perilaku Konsumtif	96	16	40	31.70	5.646
Valid N (listwise)	96				

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized	Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.62623083
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.035
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.100 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN THAHA SAIFUDDIN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sultan Thaha Saifuddin Jambi

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Error	Std.	Beta	t	Sig.	Tolerance
1	(Constant)	.829	2.999		.276	.783	
	Online Shop	1.317	.125	.722	10.552	.000	.946
	Gaya Hidup	.220	.108	.139	2.027	.046	.946
	Hedonisme						1.057

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	Model Summary ^b			
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.766 ^a	.587	.579	3.665	2.071

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonisme, Online Shop

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.859	1.768		1.617	.109	
	Online Shop	-.026	.074	-.037	-.347	.729	.946
	Gaya Hidup Hedonisme	.026	.064	.044	.410	.682	.946

a. Dependent Variable: ABS_RES

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hasil Analisis Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					
	B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	.829	2.999		.276	.783
	Online Shop	1.317	.125	.722	10.552	.000
	Gaya Hidup Hedonisme	.220	.108	.139	2.027	.046

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a					
	B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	.829	2.999		.276	.783
	Online Shop	1.317	.125	.722	10.552	.000
	Gaya Hidup Hedonisme	.220	.108	.139	2.027	.046

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

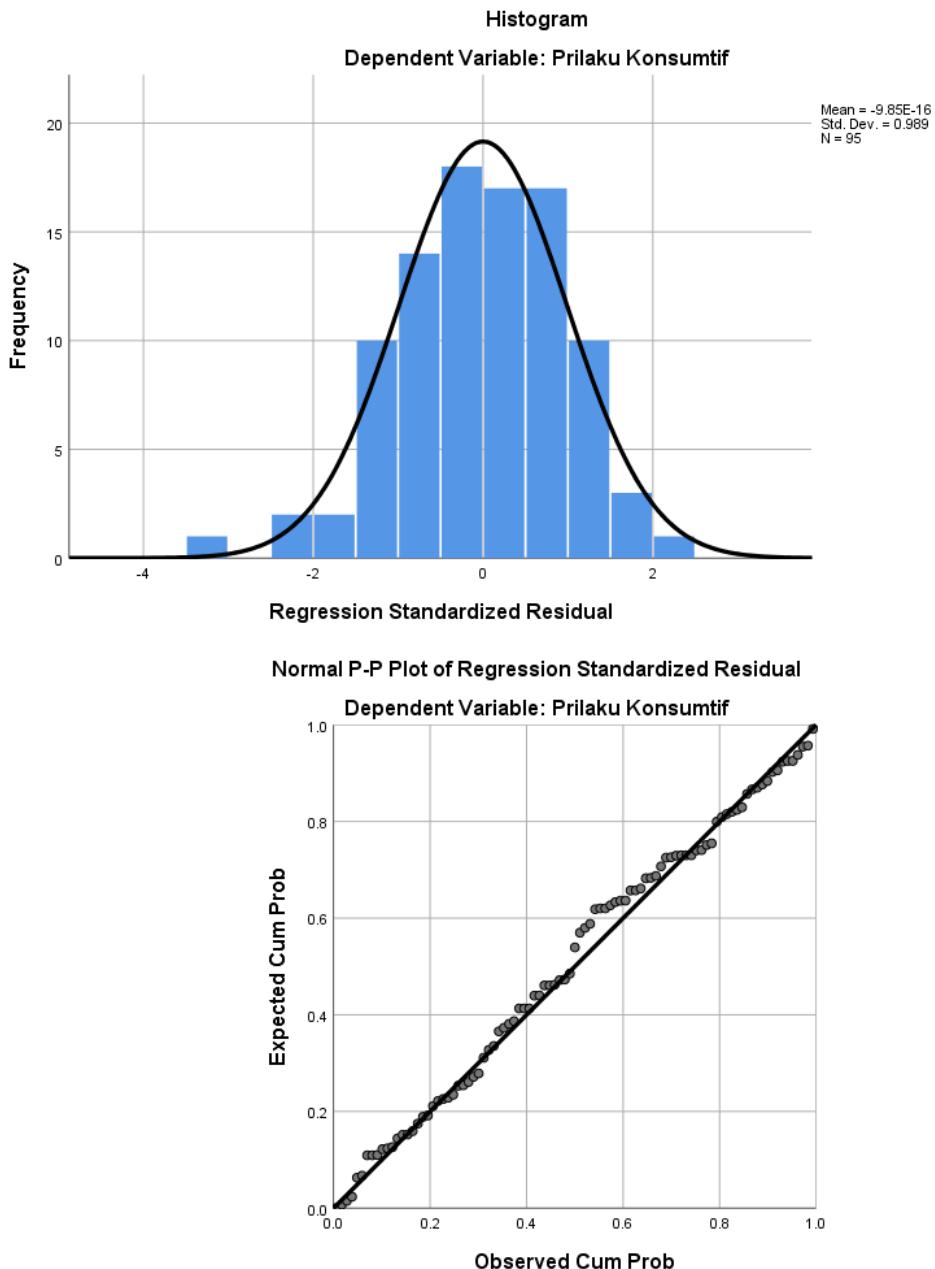
Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	1779.032	2	889.516	66.222	.000 ^b
	Residual	1249.207	93	13.432		
	Total	3028.240	95			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonisme, Online Shop



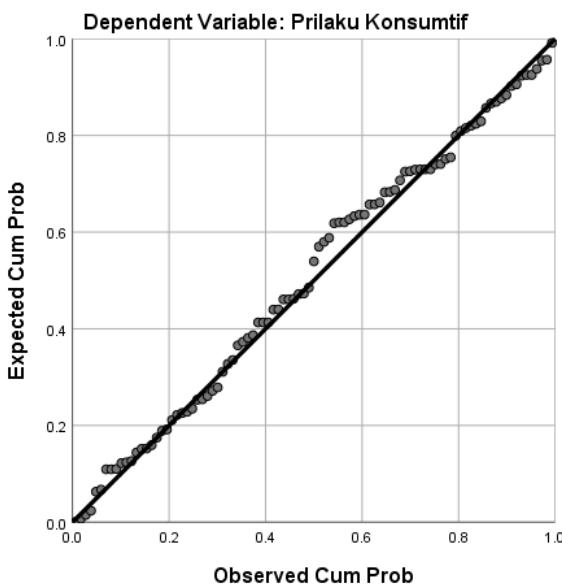
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultan Thaha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultan Thaha Jambi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN
J A M I

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

3. Pembagian Kuesioner Penelitian





State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengulip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN THAHA SAIFUDDIN
J A M I

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

Pendidikan Formal

1. Sekolah Dasar : SD 205 Sengeti
2. SMP : MTs N Sengeti
3. SMA : SMAN 2 Muaro Jambi, Tahun 2016 – 2019

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Jambi, Oktober 2025

Winy Meldiani
501190364

DAFTAR RIWAYAT HIDUP (CURRICULUM VITAE)



Data Pribadi

Nama	:	Winy Meldiani
Tempat, Tanggal Lahir	:	Sengeti, 15 September 2002
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Agama	:	Islam
Alamat	:	Kel. Sengeti, Kec. Sekernan, Kab. Muaro Jambi, Prov. Jambi
No HP	:	0823-1797-3718
Status	:	Mahasiswa