



**PENGARUH DISKON, *LIFE STYLE* DAN LITERASI  
EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA FEBI IAIN PEKALONGAN  
PADA ONLINE SHOPEE**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**ARUM GAYUH KHINANTI**  
**NIM. 2013116067**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**



**PENGARUH DISKON, *LIFE STYLE* DAN LITERASI  
EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA FEBI IAIN PEKALONGAN  
PADA ONLINE SHOPEE**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**ARUM GAYUH KHINANTI**  
**NIM. 2013116067**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ARUM GAYUH KHINANTI

NIM : 2013116067

Judul skripsi : PENGARUH DISKON, *LIFE STYLE*, DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI IAIN PEKALONGAN PADA ONLINE SHOPPE

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan asli hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikat atau plagiatsi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicanut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 9 November 2020

Yang menyatakan,

  
ARUM GAYUH KHINANTI

2013116067

## NOTA PEMBIMBING

**Hj. Rinda Asytuti, M.Si.**

Jl. Kh. Zaenal Arifin 33 Panggung Tegal

---

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Arum Gayuh Khinanti

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Arum Gayuh Khinanti

NIM : 2013116067

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : PENGARUH DISKON, *LIFE STYLE*, DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI IAIN PEKALONGAN PADA ONLINE SHOPEE

Dengan ini memohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alakum Wr. Wb.*

Pekalongan, 9 November 2020

Pembimbing



**Hj Rinda Asytuti M.Si.**

---

NIP. 197712062005012002





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan Rowolaku No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan, Telp. (0285) 412575, Fax. (0285) 423418  
Website : fe

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **ASIFATU NADHIA**  
NIM : **2013116137**  
Judul : **PENGARUH *PRICE, PEOPLE, PROCESS* DAN  
*PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN  
BIRO JASA UMRAH DI PT. FAIRUS PERMATA MULIA  
(ALFAIRUS TOURS) PEKALONGAN**


telah diujikan pada hari Selasa, 03 November 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta  
diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

**Penguji I**

**Penguji II**

  
**Kaptha Tamara, ST., M.M**  
NIP. 19730318 200501 2 002

  
**Farida Rohmah, M.Sc.**  
NIP. 19880106 201908 2 002

Pekalongan, 03 November 2020

Disahkan oleh Dekan

  
**Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**  
NIP. 19750220 199903 2 001







## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No.158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/ U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te



ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge



ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*





*Ta Marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة                      ditulis                      *fātimah*

#### 4. *Syaddad* (*tasydid*, *geminasi*)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا                      ditulis                      *rabbānā*

البر                      ditulis                      *al-birr*

#### 5. Kata sandang

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس                      ditulis                      *asy-syamsu*

الرجل                      ditulis                      *ar-rajulu*

السيدة                      ditulis                      *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.



Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

## 6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ' /.

Contoh:

أمرّة	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Bapak dan Ibu tersayang (Suherman dan Nur Kholidah) yang telah membesarkan dan berjuang dengan segenap kekuatan, kasih sayang, dan keikhlasan. Yang selalu memberikan doa disetiap langkah penulis dalam menuntut ilmu.
2. Adik saya Ana Mutiara Sukma tercinta. Keluarga besar yang telah memberikan do'a, dukungan, motivasi, semangat dan kasih sayang.
3. Sahabat-sahabatku Weni Layinatun Nisa, Rina Agustina, Luluk Ulfi Ariyani, Alfa Ilmiyatun Nafiah, Fani Indah Cahya Ningrum, Lia Rovita, Husnul Khotimah, Evi Yunita, Dwi Silvi Ningtiyas, Ummu Habibbah, Ulfa Novita Sari, Dika Auliya, Rizki Kurnianingsih yang selalu memberikan semangat.
4. Sahabat-sahabat tersayang Ayu Sabrina, Sekar Arum, Cindy Aprilia, Riskiyah dan Maemunah.
5. Terimakasih untuk diriku sendiri karena sudah bertahan sampai sejauh ini.
6. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 2016 khususnya Ekos B 2016. Kelas unik dan asik yang telah memberikan kenangan tak terlupakan.
7. Teman-teman UKM SIGMA IAIN Pekalongan.
8. Kampus tercinta IAIN Pekalongan dan semua pihak yang membantu dalam penulisan Skripsi ini.

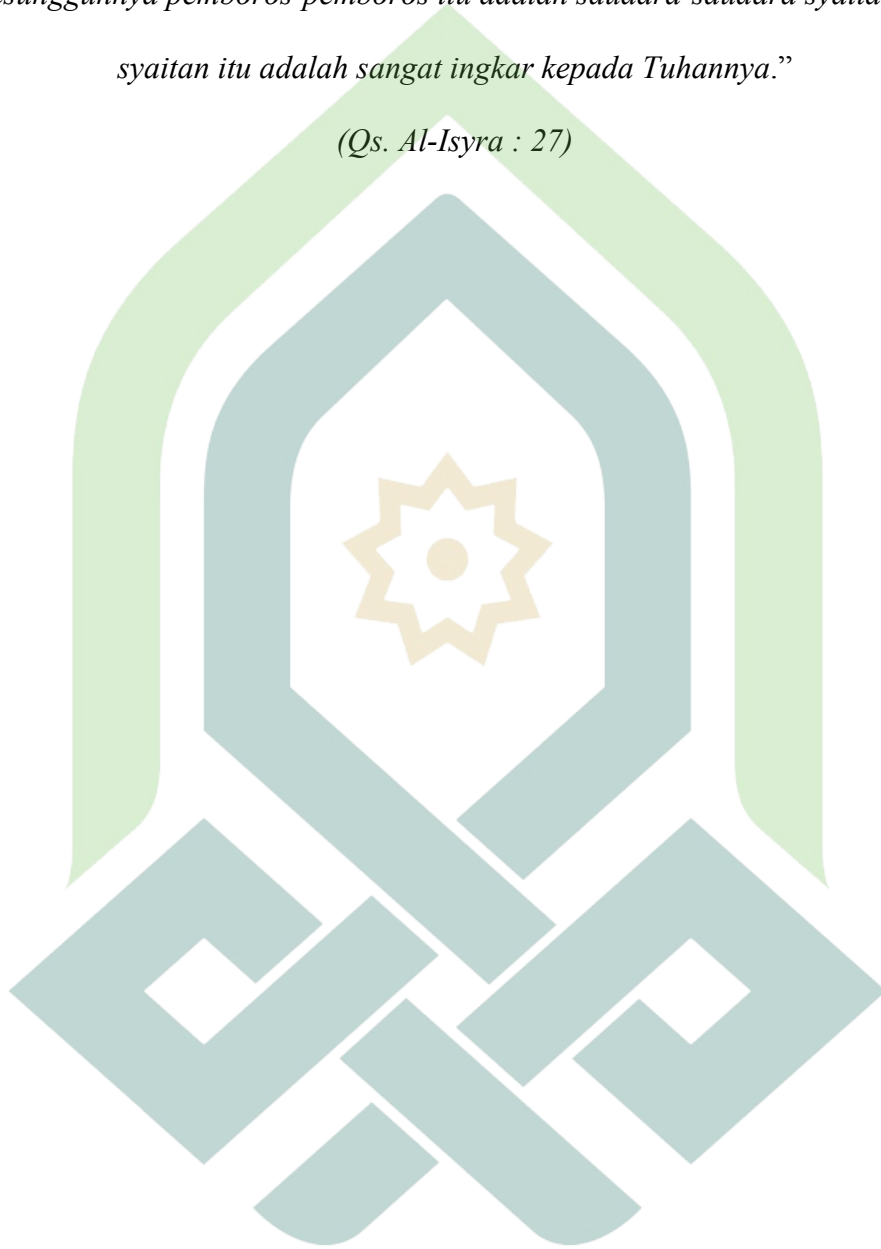




## MOTTO

*“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”*

*(Qs. Al-Isyra : 27)*





## ABSTRAK

Dengan semakin berkembangnya *online shop* di Indonesia, yang menawarkan fitur-fitur menarik menjadikan masyarakat semakin lebih mudah dalam memenuhi kebutuhannya. Perlahan-lahan mulai mengubah gaya hidup dan perilaku konsumsi masyarakat. Dalam berbelanja *online*, seorang muslim harus memperhatikan bagaimana pemanfaatan produk yang dibeli, bukan hanya sebagai pemuas kebutuhan dan keinginan saja. Shopee adalah satu dari banyak pihak yang memanfaatkan peluang bisnis *e-commerce* dengan segmen *mobile marketplace* melalui aplikasi *mobile* untuk mempermudah transaksi jual beli melalui perangkat ponsel. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh diskon, *lifestyle*, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada online shopee.

Jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan pengguna aplikasi Shopee. Sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*, dengan teknik *Purposive Sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Sumber data berupa data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan: (1) Diskon tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada online shopee dengan nilai signifikan  $0,611 > 0,05$ , (2) *lifestyle* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada online shopee dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , (3) literasi ekonomi positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada online shopee dengan nilai signifikan  $0,015 < 0,05$ , (4) Diskon, *lifestyle*, dan literasi ekonomi berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada online shopee dengan nilai F-hitung  $51,745 > F\text{-tabel } 2,70$ . (5) Nilai *adjusted R2* sebesar 60,6%, yang berarti diskon, *lifestyle* dan literasi ekonomi memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada online shopee, sedangkan sisanya 39,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : **Diskon, Lifestyle, Literasi Ekonomi, dan Perilaku Konsumtif**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, memberikan kemudahan, kekuatan serta kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Diskon, *Life Style*, dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan Pada Online Shopee.

Adapun tujuan dan maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari banyak pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M. Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Dr. AM. M. Khafidz MS, M.Ag, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Bapak Drs. H. A. Tubagus Surur, M. Ag, selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. H. Zawawi, M.A, selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
6. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
7. Ibu Happy Sista Devy, M.M., selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah.







8. Bapak Gunawan Aji, M.Si, selaku Wali Studi.
9. Ibu Hj. Rinda Asytuti, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulisan Skripsi.
10. Keluarga tercinta Bapak, Ibu, Adikku yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi, do'a dan bimbingan kepada penulis.
11. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah meluangkan waktu dan kesibukannya untuk dapat mengisi kuesioner dalam penelitian.
12. Sahabat-sahabatku Weni Layinatun Nisa, Rina Agustina, Luluk Ulfi Ariyani, Alfa Ilmiyatun Nafiah, Fani Indah Cahya Ningrum, Lia Rovita, Husnul Khotimah, Evi Yunita, Dwi Silvi Ningtiyas, Ummu Habibbah, Ulfa Novita Sari, Dika Auliya, Rizki Kurnianingsih yang selalu memberikan semangat.
13. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu serta memberikan semangat dan dorongan kepada penulis demi terselesaikannya Skripsi ini.

Akhir Kata, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua, khususnya di bidang ekonomi.

*Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Pekalongan, 2 November 2020

Penulis

ARUM GAYUH KHINANTI  
NIM. 2013116067



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	x
<b>MOTTO</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b> .....	13
A. Landasan Teori .....	13
1. Diskon .....	13
2. <i>Life Style</i> .....	18
3. Literasi Ekonomi .....	21
4. Perilaku Konsumtif .....	25
5. Perilaku Konsumen .....	32
6. <i>Online shop</i> .....	36
B. Tinjauan Pustaka .....	38
C. Kerangka Berfikir .....	49
D. Hipotesis .....	53



<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	55
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	55
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	55
C. Variabel Penelitian.....	55
1. Variabel Penelitian.....	56
a. Variabel Bebas.....	56
b. Variabel Terikat.....	56
2. Definisi Oprasional.....	57
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	58
1. Populasi.....	58
2. Sampel.....	59
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	60
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	61
1. Instrumen Penelitian.....	61
2. Sumber Data.....	62
a. Data Primer.....	62
b. Data Sekunder.....	62
3. Teknik Pengumpulan Data.....	62
F. Teknik Pengelolaan Data dan Analisis Data.....	63
1. Pengelolaan Data.....	63
a. Editing.....	63
b. Cording.....	63
c. Tabulasi.....	64
2. Uji Analisis Data.....	64
a. Uji Validitas.....	64
b. Uji Reliabilitas.....	66
3. Uji Asumsi Klasik.....	66
a. Uji Normalitas.....	66
b. Uji Multikolinearitas.....	67
c. Uji Heterosekdatisitas.....	68
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
5. Uji Hipotesis.....	69
a. Uji Parsial (Uji t).....	69
b. Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	70
c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	71
A. Deskripsi Data.....	71
B. Analisis Data.....	78
1. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	78
a. Uji Validitas.....	78
b. Uji Reliabilitas.....	80
2. Uji Asumsi Klasik.....	81
a. Uji Normalitas.....	81
b. Uji Multikolinearitas.....	84



c. Uji Heterokedastisitas .....	85
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
4. Uji Hipotesis .....	90
a. Uji Parsial (Uji t).....	90
b. Uji Simultan (Uji F) .....	92
c. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	93
C. Pembahasan .....	94
1. Pengaruh Diskon terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee .....	94
2. Pengaruh <i>Life Style</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee .....	96
3. Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee .....	97
4. Pengaruh Diskon, <i>Life Style</i> , dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee.....	98
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	100
A. Kesimpulan .....	100
B. Saran.....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	102
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

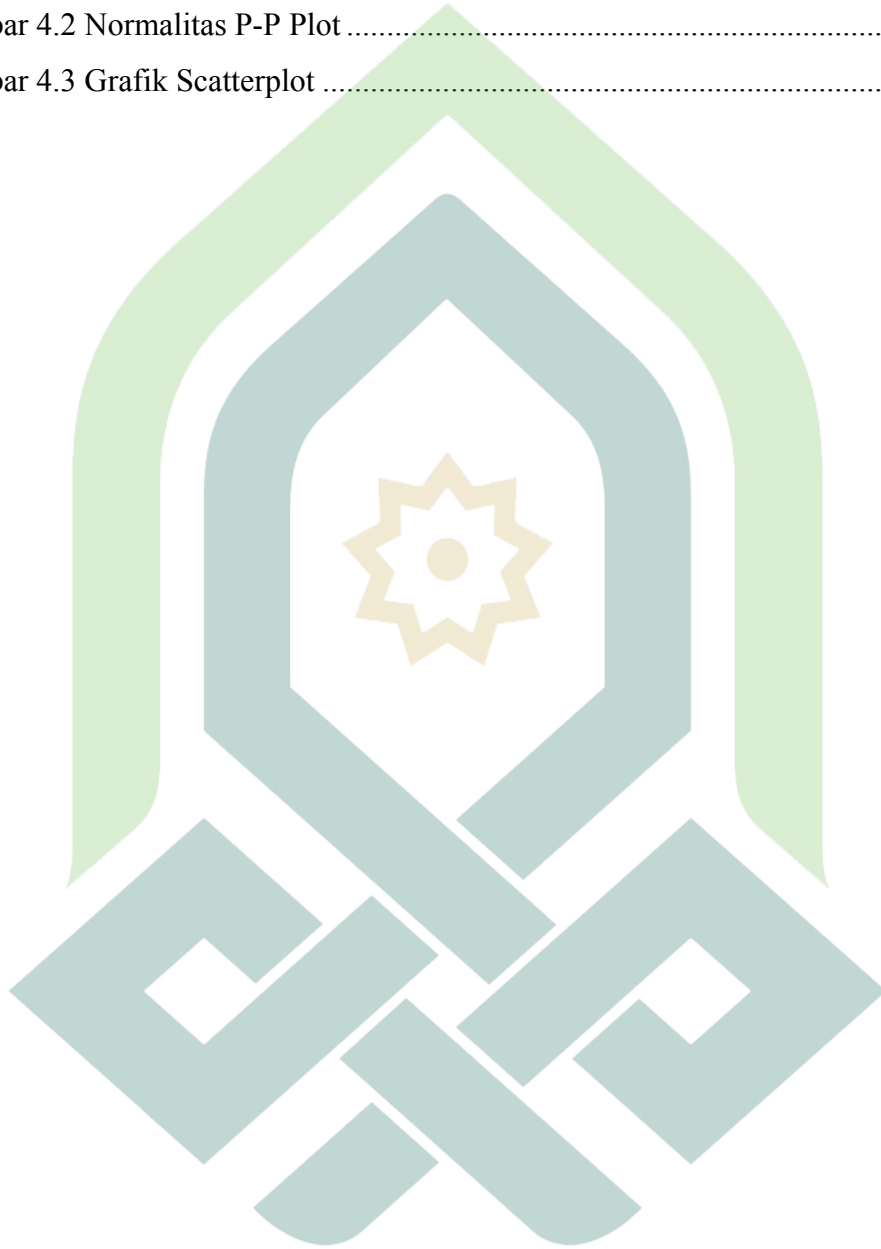
Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Definisi Oprasional.....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan dan Kepemilikan Aplikasi Shopee .....	72
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasrkan Usia.....	73
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Junis Kelamin .....	74
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	74
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Belanja .....	75
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Yang Dibeli .....	76
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Menggunakan Aplikasi Selain Shopee .....	77
Table 4.8 Hasil Uji Validitas .....	78
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	80
Tabel 4.10 Hail Uji Normalitas .....	82
Tabel 4.11 Hail Uji Multikolinearitas .....	85
Tabel 4.12 Hasil Uji Setatistik Glesjer.....	87
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Liner Berganda .....	88
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	90
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	92
Tabel 4.16 Hasil Uji koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ).....	93





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	49
Gambar 4.1 Grfafik Histogram Normalitas.....	83
Gambar 4.2 Normalitas P-P Plot.....	83
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot.....	86





## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1

- A. Kuesioner

### LAMPIRAN 2

- A. Tabulasi Data Kuesioner

### LAMPIRAN 3

- A. Deskripsi Responden

### LAMPIRAN 4

- A. Uji Validitas
- B. Uji Reliabilitas
- C. Uji Asumsi Klasik
  1. Uji Normalitas
  2. Uji Multikoleniaritas
  3. Uji Heteroseksatisitas
- D. Uji Regresi Linier Berganda
- E. Uji Parsial (Uji t)
- F. Uji Simultan (Uji F)
- G. Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

### LAMPIRAN 5

- A. Surat Ijin Penelitian
- B. Surat sudah Melaksanakan Penelitian

### LAMPIRAN 6

- A. Dokumentasi
- B. Daftar Riwayat Hidup





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Siring berjalanya waktu media internet memiliki peranan penting dalam kegiatan ekonomi serta dalam pemenuhan kebutuhan. Dalam berkomunikasi perlu adanya perubahan agar mendapat kemudahan. Inetenet digunakan oleh semua kalangan sebab mempermudah mendapatkan informasi. Data APJII menyebutkan bahwa Jumlah pengguna internet di indonesia tahun 2018 adalah 171,17 juta jiwa pengguna atau sekitar 64,8% dari total jumlah penduduk indonesia sebesar 264 juta jiwa yang sudah terhubung ke internet. Persentasi internet di Indonesia beawal dari Pulau Jawa, angka penetrasi di pulau ini mengantongi 55% dari total keseluruha. Di Pulau Sumatera menyumbang penetrasi terbesar kedua sebesar 21%. Sedangkan untuk Provinsi Jawa Barat berada diurutan ketiga dengan angka 16%. Ada juga dengan angka 6,3% diduduki oleh provinsi Sementara Utara. Dan dari beberapa data diatas pengguna internet bisa dikatakan bahwa yang menggunakan internet adalah masyarakat dari kalangan usia 15 sampai 19 tahun.<sup>1</sup>

Pada desember 2018 indonesia tercatat sebagai warganet yang paling dominan dalam membeli barang secara *online* dengan memanfaatkan media sosial. Mayoritas konsumen 86% melakukan belanja *online* diperangkat lain.

---

<sup>1</sup>Kompas.com,<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>indonesia-tembus-171-juta-jiwa16 Mei 2019, di akses 05 November 2019, jam 20.17



Sementara itu pada tahun 2018 Google Search melakukan riset dimana Indonesia dinobatkan menjadi pasar *e-commerce* terbesar serta paling cepat berkembang di Asia Tenggara. Pada tahun 2018 di Indonesia diperkirakan nilai ekonomi internet mencapai US\$27 miliar. Serta pada umumnya perkembangan nilai majemuk belanja konsumen pertahun naik mencapai 49%. Sedangkan khusus untuk *e-commerce*, pada tahun 2018 pasar Indonesia mencapai US\$12 miliar. Perkembangan majemuk *e-commerce* antara 2015 sampai 2018 naik 94%. Diperkirakan pertumbuhan akan naik pada tahun 2015 sampai 2025 sebesar 41%.<sup>2</sup>

Shopee adalah salah satu aplikasi hasil dari perkembangan *e-commerce*. Dimana shoppe awalnya sebagai pasar pelanggan (C2C) namun sudah berganti ke model hibrid C2C serta bisnis bagi pelanggan (B2C) sejak peluncuran Shopee Mall yang menjadi platform toko daring untuk distribusi brand ternama. Platform ini mencatat 80 juta unduhan aplikasi dan lebih dari 180 juta produk aktif dari lebih dari empat juta wirausaha pada tahun 2017.<sup>3</sup>

Ceo Shopee, Chris Fang mengutarakan bahwa Shopee merupakan salah satu bisnis memanfaatkan *e-commerce* dengan segmen *mobilemarketplace* melalui aplikasi *mobili* dimana melalui perangkat ponsel yang mempermudah pelanggan. Pendekatan yang dilakukan Shopee sebagai *platform* aplikasi *e-*

<sup>2</sup>CNN Indonesia, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190201173813-185-365769/netizen-indonesia-paling-gemar-belanja-online> 04 Februari 2019, diakses 06 November 2019, jam 10.24

<sup>3</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>, diakses 06 November 2019. Jam 10.39

*comerece* juga dilihat dari beberapa fitur unggulan seperti *chatting* dan tawar. Fitur-fitur ini diharapkan dapat mempermudah kegiatan jual beli di Shopee.<sup>4</sup>

Setiap manusia selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat primer ataupun yang bersifat sekunder. Dalam memenuhi kebutuhan hidup hendaklah kebutuhan yang lebih mendominasi bukan sekedar pada keinginan. Setiap orang muslim hendaknya dalam berbelanja secara adil, dalam artinya tidak kurang dan tidak lebih dari semestinya.

Islam tidak mengajurkan, bahkan menghramkan pengeluaran yang berlebih-lebihan dan terkesan mewah, karena dapat mendatangkan kerusakan dan kebinasan. Islam mengharamkan segala pembelanjaan yang tidak mendatangkan manfaat materiel maupun spiritual, apalagi melakukan pembelanjaan untuk barang-barang yang bukan hanya tidak bermanfaat juga dibenci oleh Allah.<sup>5</sup> Perilaku mubadzir merupakan perilaku yang menghambur-hamburkan barang yang sudah dijelaskan dalam Al-Isyra ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طَوَّافِينَ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : “Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”. (Qs. Al-Isyra : 27)<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Evita Rahayu, *Pengaruh E-Server Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty Pada Toko Online Shoppe*, ( Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018),hal.6

<sup>5</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Ekslufif : Ekonomi Islam*, ( Jakarta : Prenadamedia Group, 2006), hlm.67.

<sup>6</sup> Desti Rahmayanti, *Online Shop dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* (Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah, 2017), hal.1





Dalam penejelasan ayat Al-quran tersebut bahwa islam melarang seseorang untuk berlebih-lebihan karena perilaku yang berlebih-lebihan dalam membeli sesuatu akan mendorong seseorang berperilaku konsumtif, hal tersebut merupakan sikap yang tidak disukai oleh Allah dan merupakan tindakan yang buruk. Perilaku tersebut sangat tidak baik untuk diajarkan kepada seseorang karena membuat kita menjadi boros serta egois yang belum tentu bisa memperoleh sesuatu yang diinginkan.

Perkembangan penggunaan internet mendorong terjadinya suatu perubahan dalam berbelanja salah satunya *online shop*. *Online shop* bisa dikatakan sebagai tempat berjualan yang sebagian besar aktivitasnya berlangsung secara online di internet. Perubahan sosial budaya yang terjadi dimasyarakat menjadikan perubahan dalam berbelanja, berbelanja sekarang ini tidak harus bertatap muka dengan sipenjual dan pemebeli belanja bisa dilakukan melalui internet yang masyarakat biasa menyebutnya dengan *online shop*.

Dengan semakin berkembanya *online shop* di indonesia, yang menawarkan fitur-fitur menarik menjadikan masyarakat semakin lebih mudah dalam memenuhi kebutuhannaya. Semenjak adanya *online shop* gaya hidup dan perilaku konsumsi masyarakat perlahan-lahan berubah. Dalam berbelanja *online*, seorang muslim harus memperhatikan bagaimana pemanfaatan produk yang dibeli, bukan hanya sebagai pemuas kebutuhan dan keinginan saja.

*E-commerce* sekarang ini sudah menjadi ternd dalam bebelanja, hal ini dikarenakan konsumen bebas dalam berbelanja dari toko lain ke toko lainnya. Berbelanja *online* menjadi alternatif bagi konsumen karena lebih efektif dan

efisien dari berbelanja *offline*. Karena kemudahan yang diberikan dalam berbelanja *online* konsumen dapat memenuhi kebutuhannya dengan mudah sesuai gaya, dan pendapatan mereka.

Ketika perilaku konsumsi cenderung tinggi menyebabkan masyarakat akan berperilaku konsumtif. Pada dasarnya perilaku konsumen adalah seseorang yang bertindak secara langsung, mengkonsumsi, dan menghabiskan barang dan jasa. Seseorang tergolong perilaku konsumtif ketika menghabiskan barang berlebih dan meninggalkan perilaku konsumtif.<sup>7</sup> Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan konsumsi tiada batas dan membeli barang secara berlebih tidak sesuai rencana.<sup>8</sup>

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti sebagai langkah awal dalam penelitian kepada beberapa mahasiswa IAIN Pekalongan Jurusan Ekonomi Syariah, fakta penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa pernah berbelanja di aplikasi shopee. Mereka berlenja di shopee dikarenakan produk yang ditawarkan bervariasi, murah, mudah, iklan yang ditawarkan menarik, pelayanannya memuaskan, resiko yang relatif kecil, serta potongan harga yang diberikan menjadikan konsumen lebih terdorong untuk membeli barang.

<sup>7</sup> Desti Rahmayanti, *Online Shop dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, ( Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah, 2017).hal 20.

<sup>8</sup> Regina C. M. Chita, Lydia David, dan Cicilia Pali, *Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011*, *Jurnal E-Biodik* Vol 3. No 1, Januari-April 2015. Hal 298.







Konsumsi yang dilakukan dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa sendiri setiap individu berbeda-beda tergantung dari tingkat pendapatan. Mahasiswa melakukan pembelian barang berkali-kali dengan kurun waktu yang relatif singkat. Perilaku ini sudah terkategori sebagai perilaku pemborosan. Jika perilaku ini terus menerus dilakukan maka akan berakibat buruk terhadap keuangan mereka, karena pengeluaran anggaran belajar setiap bulannya di luar dari anggaran belanja yang sudah ditentukan. Yang seharusnya sisa uang yang harus ditabung untuk keperluan mendatang namun habis digunakan untuk belanja yang sifatnya tidak dibutuhkan.

Perilaku konsumsi yang telah berubah mendorong para pembisnis berlomba-lomba dalam memasarkan produknya ke masyarakat. Salah satu yang dilakukan para pembisnis online dengan menggunakan promo-promo yang diberikan kepada konsumen agar mereka dapat membeli barang yang ditawarkan. Dalam kondisi ini promosi penjualan merupakan salah satu strategi marketingmix, yang nantinya diharapkan promosi ini dapat meningkatkan penjualan. Hal ini dilakukan karena masyarakat yang cenderung berperilaku konsumtif dalam mengonsumsi suatu barang. Salah satu bentuk dari promosi penjualan adalah dengan menggunakan diskon harga.

Harga diskon adalah strategi promosi penjualan berbasis harga di mana pelanggan kembali ditawarkan produk yang sama dengan harga berkurang. Harga diskon dapat ditawarkan sebagai pengurangan dalam hal persentase dari

harga asli. Diskon adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu.<sup>9</sup>

Dengan adanya perilaku konsumsi yang semakin hari mengalami kenaikan yang sangat pesat. Masyarakat sekarang ini mengkonsumsi barang atau jasa dikarenakan untuk mengikuti trend dan gaya moderen sesuai dengan perkembangan zaman. Gaya hidup yang berlebihan disebabkan adanya pengaruh dari lingkungan sekitar dan perkembangan zaman sekarang ini.

Gaya hidup atau *life style* merupakan sebagai bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya. Menurut kotler sebagaimana yang dikutip oleh Rika Pristian Fitri Astuti gaya hidup adalah gaya hidup ialah cerminan hidup seseorang di kehidupan sehari-hari dimana aktivitas, minat, dan opininya, yang diekspresikan dalam kehidupannya artinya bahwasanya secara lazim cerminan hidup seseorang bisa dilihat dari aktivitas rutin yang ia lakukan, apa yang ia pikirkan tentang hal apapun yang ada disekitarnya serta seberapa jauh ia peduli terhadap hal itu serta juga apa yang ia pikirkan mengenai dirinya sendiri serta juga dunia luar.<sup>10</sup>

Dalam meningkatkan sumber daya manusia pendidikan memiliki peranan penting terkait dengan perilaku konsumtif mahasiswa, maksudnya seseorang dianggap belajar jika menunjukkan pergantian-pergantian tingkah laku dalam

<sup>9</sup> Wawan Aris Gumilang, I Ketut Nurcahya, *Pengaruh Price Discount dan Store Atmosper Terhadap Emotional Shopping dan Implusive Buying*, Jurnal Manajemen Unud Vol. 15. No 3, 2016. hal.1864

<sup>10</sup> Rika Pristian Fitri Astuti, *Pengaruh Setatus Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Life Stayle Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro*, Jurnal Edutama, Vol. 03, No. 2, Juli 2016. hal.52



dihidupan seseorang, maka memiliki pemahaman mengenai ekonomi menjadi istimewa. Literasi ekonomi adalah persepsi seseorang melahirkan pilihan yang paling baik untuk mengalokasikan sumber daya. Pada awalnya ekonomi melatih seseorang untuk dapat memanfaatkan sumber daya efektif dan efisien untuk dapat mencukupi kebutuhan serta kesejahteraan manusia.

Sutriati, Sri Kartikowati, RM Riadi dalam risetnya menyimpulkan bahwa pendapatan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ilmu pengetahuan sosial FKIP Universitas Riau.<sup>11</sup> Rika Pristian Fitri Astuti menyimpulkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi IKIP PGRI Bojonegara dipengaruhi oleh status sosial ekonomi orang tua, namun untuk literasi ekonomi juga berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi IKIP PGRI Bojonegara, dan perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi IKIP PGRI Bojonegara dipengaruhi oleh *lifestyle*.<sup>12</sup> Nurul Lailya dan Sunanik Menyimpulkan bahwa secara persial ada pengaruh yang signifikan terhadap status sosial ekonomi rumah tangga terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 1 Kampak tahun pelajaran 2017/2018, Literasi Ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 1 Kampak tahun pelajaran 2017/2018, secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara

<sup>11</sup>Sutriati, dkk, *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FIKIP Universitas Riau*, (JOM FKI Vol 5 EDISI 1 Januari – Juni 2018).

<sup>12</sup> Rika Pristian Fitri Astuti, *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro*, (*Jurnal Edutama*, Vol. 03, No. 2, Juli 2016).hal.49



setatus sosial ekonomi rumah tangga dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 1 Kampak tahun pelajaran 2017/2018.<sup>13</sup>

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumsi melalui *Online Shop*. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diskon, *Life Style*, dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Apakah Diskon berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee?
2. Apakah *Life Style* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee?
3. Apakah Literasi Ekonomi berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee?
4. Apakah Diskon, *Life Style* dan Literasi Ekonomi berpengaruh Perilaku Konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee?

---

<sup>13</sup> Nurul Laily, Sunanik, Pengaruh Status Sosial Ekonomi Rumah Tangga dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif siswa SMAN 1 Kampak tahun pelajaran 2017/2018, (*Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.12, No.1, 2019*), hal. 1



### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Diskon terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh *Life Style* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee
4. Untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Diskon, *Life Style*, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee

### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Teoritis  
Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi penelitian lebih lanjut mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan diskon, *life style*, dan literasi ekonomi Perilaku Konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee
2. Praktis
  - a. Bagi pihak akademisi  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan dalam dunia pendidikan dan ekonomi dapat menjadi bahan pertimbangan



bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam rangka mengurangi perilaku konsumsi yang berlebihan.

b. Bagi pihak mahasiswa

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam berperilaku konsumsi yang mengedepankan kebutuhan bukan keinginan yang menjadi prioritas utama sehingga terhindar dari perilaku konsumsi yang berlebihan.

c. Bagi peneliti

Penelitian ini guna untuk meningkatkan dan menambah pengetahuan sebagai sarana untuk menerapkan ilmu-ilmu teoritis serta menambah pengetahuan, pengalaman serta wawasan tentang pengaruh diskon, *life style*, dan literasi ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee dan merupakan salah satu sarana untuk mengaplikasikan terhadap ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.

#### E. Sistematika Penulisan

Dalam membahas dan menganalisis tentang pengaruh diskon, *life style*, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada Online Shopee, agar penulisan skripsi ini tersusun dengan baik, sistematis dan mudah dipahami, maka penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Untuk bab ini memuat tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### BAB II LANDASAN TEORI



Untuk bab ini memuat tentang landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berfikir, dan hipotesis.

### BAB III METODE PENELITIAN

Untuk bab ini memuat tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian yang meliputi lokasi dan waktu penelitian, variabel penelitian, populasi, dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data, dan teknik pengolahan data dan analisis data.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

### BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir yang berisi kesimpulan dan saran, setelah itu dilampirkan daftar pustaka, dan lampiran-lampiran lainnya.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berlandaskan hasil analisis data dan pembahasan, sehingga dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Diskon tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada online shopee. Hal ini ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung} -0,0510 < t_{tabel} 1,98498$  dimana nilai signifikan  $0,611 > 0,05$  dan nilai koefisien regresi bernilai  $-0,054$ .
2. Variabel *lifestyle* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada online shopee. Hal ini ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung} 9,968 > t_{tabel} 1,98498$  dimana nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi bernilai  $0,828$ .
3. Variabel literasi ekonomi positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada online shopee. Hal ini ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung} 2,477 > t_{tabel} 1,98498$  dimana nilai signifikan  $0,015 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi bernilai  $0,260$ .
4. Diskon, *lifestyle*, dan literasi ekonomi berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada online shopee. Dibuktikan dari nilai  $F_{hitung} 51,745 > 2,70$  dimana signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka bisa diambil kesimpulan maka secara simultan variabel diatas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan pada online shopee.

## B. SARAN

Berdasarkan pengalaman dalam penelitian, peneliti memiliki beberapa saran untuk peneliti selanjutnya, sebagai berikut :

1. Penelitian berikutnya diharapkan dapat menggunakan variabel yang lain sebab hasil penelitian masih terdapat variabel lain yang masih mempengaruhi perilaku konsumtif, dan lebih banyak jumlah responden yang diteliti dan merata pada keseluruhan jurusan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan, dan nantinya dapat memberikan manfaat berupa pengetahuan mengenai diskon, *life style*, dan literasi ekonomi dan perilaku konsumtif lainnya.
2. Diharapkan mahasiswa bisa menanamkan pemahaman tentang literasi ekonomi, dan nilai keagamaan agar tidak berperilaku konsumtif. Hal ini dapat dilakukan dengan berhemat dan sederhana, seperti dengan tidak memaksakan diri untuk membeli barang apabila uang yang dibeli tidak mencukupi dan membuat daftar belanja setelah menerima pendapatan.
3. Diharapkan orang tua bisa mengontrol anak agar dapat mengontrol keuanganya serta diharapkan dapat memantau batasan waktu dalam aktivitas diluar rumah supaya gaya hidup serta perilaku agar dipantau.





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Anang, M Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV Budi Utama
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 1992. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2020. *Prosedur Penelitian Edisi Ke V*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Edwin Nasution, Mustaf. 2006. *Pengenalan Ekslusif : Ekonomi Islam*, Jakarta : Prenadamedia Group.
- Edy Wibowo, Agung. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian, Cetakan ke-1*, Yogyakarta : Gramedia
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Ed. 5 Semarang : UNDIP
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- J. Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Persepektif Kontemporer pada motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta : Prenada Media Group.
- Puspitasari, Fiqi. 2008. *Apakah Diskon Itu?*, Yogyakarta : Kompetensi Terapan Sinergi Pustaka CV
- Raharja, Pratama. 1994. *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*, Klaten : PT. Intan Pariwarna

- Rangkuti, Fredi. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Intregrated Marketing Comunikation*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Riaynto, Selamat dan Hatmawan, Aglis Andhita. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, Yogyakarta : CV Budi Utama.
- S Febriani, Nufian dan Weda Asmara Dewi, Wayan. 2019. *Perilaku Konsumen Diera Digital*, Malang : UB Press
- Saepul Hamadi, Asep, E. Baharudin. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Dalam Aplikasi Pendidikan*, Yogyakarta : Deepublish
- Simamora, Billsom. 2000. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT Gramedia
- Siregar, Sofyan. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung : Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2011. *dkk, Riset Pemasaran dan Konsumen*, Bogor : IPB Pres
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*, Cet. 1 Ed.2 , Bogor: Penerbit Gahalia Indonesia
- Suyanto, Bagong. 20133. *Sosiologi Ekonomi, Kapitalis dan Konsumsi di Era Masyarakat Post – Modernisme, edisi 1*, Jakarta : Kencana
- Tanjiredja, Tukiran. Th. Hidayat Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, Bandung : Alfabet
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu



Wiratna V. Sujarweni, Endrayanto, Poly. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*, Yogyakarta : Graha Ilmu

### **Jurnal**

Andira Sari, Chaca. 2015. Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal Ekonomi Islam* Vol .IV/no. 02

Aris Gumilang, Wawan, I Ketut Nurcahy. 2016. Pengaruh Price Discount dan Store Atmosper Terhadap Emotional Shopping dan Implusive Buying. *Jurnal Manajemen Unud* Vol. 15. No 3

C. M. Chita, Regina, David, Lydia dan Pali, Cicilia. 2015. Hubungan Anantara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E-Biodik* Vol 3. No 1.

Crisnawati, Dian dan Muliati Abdullah, Sri. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian. *Jurnal Spirit*, Vol. 2. No. 1.

Eka Sri, Dian, Rudy Handoko, dkk. 2018. Pengaruh *Online Shope* Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga Kabupaten Mojokerto (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Desa Mojotamping, Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto). *Jurnal representamen*. Vol. 4 No. 01.

Hanum, Nurlailah. 2017. Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomica*, Vol. 1, No. 2.

Harsono dan Pujadi, Tri. 2009. E-Business dan E-Comerce Sebagai Taktik Baru Perusahaan. *CommIT*, Vol. 3 No. 2.

- Kanserina, Dian. 2015. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksa Tahun 2015. *Jurnal* Vol. 5, No. 1
- Kusniawati, Mu'afifah dan Kurniawan, Riza Yonis. 2016. Pengaruh Stataus Sosisal Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS . *Jurnal Pendidikan Ekonomi. Vol. 4, No.3.*
- Laily, Nurul dan Sunanik, 2019. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Rumah Tangga dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif siswa SMAN 1 Kampak tahun pelajaran 2017/2018. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.12, No.1.*
- Lestarina, Eni. 2017. dkk, Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia, Vol.02, No.2.*
- Lisma, Niati dan Haryono, Agung. 2016. Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012). *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 9. No. 1.*
- Mahmudah, Nurul. 2018. Pengaruh pendapatan, Pendidikan, Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan PNS Wanita di Surabaya, ( *Surabaya : Artikel Ilmiah, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*)
- Minanda, Ade, dkk. 2018. Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleh Kendari. *Jurnal Neo Societal, Vol. 3, No. 2.*
- Miranda, Sofia. 2017. Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau, *JOM FISIP Vol. 4 No.1.*





- Oktafikasari, Eva, Mahmud, Amir. 2017. Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Jurnal analisis edukasi ekonomi*, Vol. 6, No. 3.
- Pristian Fitri Astuti, Rika. 2016. Pengaruh Setatus Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan *Life Stayle* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro, *Jurnal Edutama*, Vol. 03, No. 2.
- Rahmawani Pulungan, Delyana. 2018. Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keauangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol. 2, No. 3.
- Ratna, Ikhwani dan Nasrah, Hidayati. 2015. Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Pendidikan Terhadap Perlaku Konsumtif Wanita Karir Dilingkungan Pemerintah Provinsi Riau. *Jurnal Perempuan, Agama dan Gender*, Vol. XIV No.2.
- Sholihat Ai Nur, Syamsudin Arsanik. 2018. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu* ISSN Online: 2549-2284, Vol II, No. 1.
- Sutriati, S. K., & Riadi, R. M.2018. Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FIKIP Universitas Riau. *JOM FKI* Vol. 5. No. 1.
- Tri Amanda Putri Yesika dan Edwar, Muhammad. Th. *Pengaruh Bonus Pack dan Price Discount Terhadap Implusif Buying Pada Konsumen Giant Hypermarket Diponorogo Surabaya*, Surabaya : Universitas Surabaya.

#### Tesis

- Ridwan, Muhammad. 2018. Tesis. Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Persepektif





Ekonomi Islam ,( Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan).  
Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

### Skripsi

- Adzkiya, Anisa. 2017. Skripsi. Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya( Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017). Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Aslamia, Whidatul . 2019. Skripsi. Pengaruh Pendapata, Gaya Hiup dan Literasi Ekonomi Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa STIE Muhammadiyah Kota Jambi. Jambi : Universitas Islam Negeri Sulthan Tahta Saifudin Jambi.
- Indriani, Lia. 2015. Skripsi. Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Jenis Kelamin Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kristian Ardianto, Agustinus. 2017. Skripsi. Modernisasi Gaya Hidup Konsumtif Dalam Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian, (studi kasus pada mahasiswa dan pelajar kota yogyakarta).Yogyakarta: Universitas Sanata Drama Yogyakarta.
- Lodeng, Ahsan. 2018. Skripsi. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Persepektif Ekonomi Islam( Studi Kausus *Ma'had al-jami'ah* UIN Raden Intan Lampung). Lampung : Universitan Raden Intan Lampung.
- Normawati, Anita. 2016. Skripsi. Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup dan Religiustias Terhadap Minat Dosen STAIN Pekalongan Pada Produk AsuransiSyariah (Studi Kasus Dosen STAIN Pekalongan). Pekalongan: IAIN Pekalongan.
- Nur Aeni, Eni. 2019. Skripsi. Pengaruh OnlineShop Terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri



Walisongo Semarang. Semarang: Universitas Negeri Walisongo Semarang.

Rahayu, Evita. 218. Skripsi. Pengaruh E-Server Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty Pada Toko Online Shoppe. Jakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Rahmayanti, Desti. 2017. Skripsi. *Online Shop* dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah.

#### Internet

CNN Indonesia, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190201173813-185-365769/netizen-indonesia-paling-gemar-belanja-online> 04 Februari 2019, diakses 06 November 2019, jam 10.24

<http://id.m.wikipedia.org/wiki/Konsumsi> diakses tanggal 10 maret 2020 pukul 10:10

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Literasi> diakses tanggal 11 oktober 2020 pukul 21:00

[https://id.wikipedia.org/wiki/Gaya\\_hidup](https://id.wikipedia.org/wiki/Gaya_hidup), diakses 14 Novemeber 2019, Pukul19.08

<https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>, diakses 06 November 2019. Jam 10.39

Kompas.com, <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>16 Mei 2019, di akses 05 November 2019, jam 20.10



LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH DISKON, *LIFE STYLE*, DAN LITERASI EKONOMI  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI IAIN  
PEKALONGAN PADA *ONLINE SHOPPE*

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :

Usia :  17 - 20 Tahun  
 21 – 24 Tahun  
 25 – 28 Tahun

Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan

Jurusan :

Angkatan :  2016  
 2017  
 2018

Apakah anda memiliki aplikasi Shopee?

- Ya
- Tidak

Seberapa intensitas belanja di Shopee?

- Sebulan sekali
- Sebulan dua kali
- Tidak tentu



Produk yang sering dibeli?

- Hijab
- Baju
- Kosmetik
- Sepatu
- Lainnya (mohon di sebutkan).....

Apakah memiliki aplikasi lain selain shoppee ( sebutkan).....

### B. PETUNJUK PENGISISAN KUESIONER

Berilah tanda centang (√) pada kolom pilihan jawaban yang tersedia dibawah ini

Keterangan Penilaian

Keterangan	Arti	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

#### 1. Pertanyaan Variabel Diskon (X1)

PERTANYAAN						
NO	DISKON (X1)	SS	S	N	TS	ST
1	Besarnya diskon misalnya Pada bulan-bulan tertentu yang diberikan oleh shoppe berarti bagi saya					



2	Besarnya Rupiah yang diberikan shoppe berarti bagi saya					
3	Diskon yang diberikan shoppe membuat saya dapat membuat penghematan					
4	Diskon yang diberikan shoppe membuat saya mendapatkan produk berkualitas dengan harga yang lebih murah					
5	Banyak pilihan produk yang didiskon					
6	Masa waktu yang ditentukan oleh shoppe memungkinkan saya cukup waktu untuk menyiapkan dana untuk membeli produk yang didiskon					

## 2. Pertanyaan Variabel *Life Style* (X2)

PERTANYAAN						
NO	<i>LIFE STYLE</i> (X2)	SS	S	N	TS	ST
1	Saya meluangkan waktu untuk berbelanja di shoppe setiap bulan					
2	Saya sering mengalokasikan waktu untuk berbelanja di shoppe					



3	Saya membeli produk pada <i>online shop</i> di <i>Shopee</i> sesuai dengan <i>trend</i> terkini agar terlihat keren					
4	Saya memakai produk mahal bermerek yang dapat mencerminkan selera tinggi dan kelas setatus sosial, serta meningkatkan percaya diri					
5	Saya berbelanja produk di <i>shoppe</i> menunjang penampilan saya					
6	Saya berbelanja di <i>shoppe</i> karena rekomendasi dari teman					

## 3. Pernyataan Variabel (X3)

PERTANYAAN						
NO	LITERASI EKONOMI (X3)	SS	S	N	TS	ST
1	Saya memprioritaskan produk yang menjadi kebutuhan pokok saya dalam memenuhi kebutuhan					
2	Saya membeli barang atau jasa sesuai dengan manfaat yang diberikan					
3	Saya mengorbankan waktu atau tenaga untuk membeli barang atau jasa demi memenuhi kebutuhan					



4	Saya rela mengeluarkan uang banyak demi barang limited edison/brand					
5	Saya memilih berbelanja di online shoppe karena lebih mudah dan praktis dibandingkan dengan berbelanja di pasar tradisional atau di pasar swalayan					
6	Saya membeli barang atau jasa sesuai dengan pendapatan yang saya miliki					
7	Saya membeli barang atau jasa demi memenuhi kebutuhan					

4. Pertanyaan Variabel (Y)

PERTANYAAN						
NO	PERILAKU KONSUMTIF (Y)	SS	S	N	TS	ST
1	Saya segera membeli produk yang ditawarkan <i>online shop</i> di shoppe saat merasa cocok					
2	Saya akan merasa marah/ bingung/ selalu teringat apabila saya belum membeli produk yang saya inginkan pada <i>online shop</i> di shoppe					





3	Saya membeli produk pada <i>onlineshop</i> di  Shopee yang saya inginkan meskipun produk  tersebut tidak terlalu penting.					
4	Saya menghabiskan sebagian uang untuk membeli produk yang saya inginkan pada <i>online shop</i> di Shopee					
5	Saya selalu merasa puas setelah membeli produk yang saya inginkan pada <i>online shop</i> di shopee					
6	Saya berbelanja <i>online</i> pada <i>online shop</i> di shopee hampir setiap bulan karena selalu tertarik dengan model atau produk yang baru					
7	Saya membeli produk pada <i>online shop</i> di Shopee sesuai dengan <i>trend</i> terkini agar terlihat keren					



**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PEKALONGAN**

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.iainpekalongan.ac.id](http://perpustakaan.iainpekalongan.ac.id) | Email : [perpustakaan@iainpekalongan.ac.id](mailto:perpustakaan@iainpekalongan.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ARUM GAYUH KHINANTI  
NIM : 2013116067  
Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH / FEBI  
E-mail address : [gayuhkhinanti@gmail.com](mailto:gayuhkhinanti@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

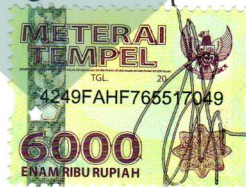
**PENGARUH DISKON, *LIFE STYLE* DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI IAIN PEKALONGAN PADA  
ONLINE SHOPEE**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 26 November 2020



**ARUM GAYUH KHINANTI**  
**NIM. 2013116067**

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk  
(Flashdisk dikembalikan)