



**PENGARUH GAYA HIDUP, MEDIA SOSIAL,  
LINGKUNGAN SOSIAL, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI DESA SIDOSARI  
KECAMATAN KESESI KABUPATEN PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**SILVIYANI**  
**NIM. 2013116274**

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



**PENGARUH GAYA HIDUP, MEDIA SOSIAL,  
LINGKUNGAN SOSIAL, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI DESA SIDOSARI  
KECAMATAN KESESI KABUPATEN PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**SILVIYANI**  
**NIM. 2013116274**

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

## SURAT PERNYATAAN

### KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Silviyani

NIM : 2013116274

Judul : Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Lingkungan Sosial, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Di Desa Sidosari Kesesi Kabupaten Pekalongan.

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 4 November 2020

Yang menyatakan



Silviyani

NIM. 2013116274



## NOTA PEMBIMBING

**Hj Karima Tamara, S.T., M.M.,**  
**JL. Raya Cepiring 93 Kendal**

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. **Sdri. Silviyani**

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 saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **SILVIYANI**

NIM : **2013116274**

Judul : **“PENGARUH GAYA HIDUP, MEDIA SOSIAL, LINGKUNGAN SOSIAL, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI DESA SIDOSARI KESESI KABUPATEN PEKALONGAN”**

Dengan ini kami mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 4 November 2020

Pembimbing

  
**Hj Karima Tamara, S.T., M.M.,**

**NIP:197303182005012002**





## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini 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 sistem 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	Nama
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		ka dan ha de





د	dal	d	zet (dengan titik di atas)
ذ	zal	Ẓ	er
ر	ra	r	set
ز	zai	z	es
س	sin	s	es dan ye
ش	syin	sy	es (dengan titik di bawah)
ص	sad	ṣ	de (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	te (dengan titik dibawah)
ط	ta	ṭ	zet (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	koma terbalik (di atas)
ع	'ain	‘	ge
غ	gain	g	ef
ف	fa	f	ki
ق	qaf	q	ka
ك	kaf	k	el
ل	lam	l	em
م	mim	m	en
ن	nun	n	we
و	wau	w	ha
ه	ha	h	apostrof
ء	hamzah	'	ya
ي	ya	Y	



## 2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a	أَيَّ = ai	آ = ā
إ = i	أَوْ = au	إِي = ī
أُ = u		أُو = ū

## 3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مرأة جميلة = mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فاطمة = fātimah

## 4. Syaddad (Tasydid, geminasi)

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

Contoh:

ربنا = rabbanā

البرّ = al-birr

## 5. Kata Sandang (artikel)

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



Contoh:

الشمس = asy-syamsu

الرجال = ar-rajulu

السيدة = as-sayyidah

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

Contoh:

القمر = al-qamar

البدیع = al-badī'

الجلال = al-jalāl

#### 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:

أمرت = umirtu

شيء = syai'un



## PERSEMBAHAN

*Bismillahirrohmaanirrohiim*

Syukur alhamdulillah senantiasa panjatkan kepada Allah SWT, karena rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, saya persembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang yang telah memberikan warna dalam hidup saya:

1. Kedua orang tua saya, Ayah Wahidin dan Ibu Sutarmi terima kasih tak terkira atas segala usaha dan jerih payah yang engkau perjuangkan, yang selalu senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dan dukungannya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, keselamatan, dan kebahagiaan.
2. Adik saya Cici, terima kasih telah menjadi penyemangat dalam setiap harinya serta selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk selalu berjuang.
3. Nenek saya *Mbah* Kikah, Keluarga besar Bani Tardim, *Mbah* Siru, semua om dan bulek, semua sepupu dan keponakan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas doa dan dukungannya.
4. Dosen pembimbing saya Ibu Hj Karima Tamara,S.T.,M.M, dosen wali saya Bapak Muhammad Aris Safi'i,M.E.I, terima kasih telah memberikan arahan dan solusi selama saya mengalami kesulitan.
5. Teman-teman Ekos H yang senantiasa memberikan semangat, motivasi dan dukungannya.
6. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2016.





## MOTO

“Tidak ada sesuatu yang lebih besar pengaruhnya dari sisi Allah SWT,  
selain Do’a”

(HR. Tirmiidzi)





## ABSTRAK

Fenomena perilaku konsumtif banyak terjadi pada remaja saat ini, hal ini dikhawatirkan dapat menimbulkan masalah pada masa yang akan datang. Remaja saat ini tidak memiliki sikap hidup hemat, dan sikap produktif. Remaja berperilaku konsumtif yang berlebihan seperti bersikap boros, menghambur-hamburkan uang untuk memenuhi nafsu dan keinginan dan mengikuti gaya hidup yang berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Lingkungan Sosial, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja.

Jenis penelitian ini penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan kepada para remaja di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi umur 12-21 tahun, dengan sample sebanyak 84 Responden menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data dengan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) gaya hidup berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif remaja dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan hasil nilai  $t_{hitung} 5,765 > t_{tabel} 1,9904$ . (2) media sosial berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif remaja dengan nilai signifikan sebesar  $0,029 < 0,05$  dan hasil nilai  $t_{hitung} 2,228 > t_{tabel} 1,9904$ . (3) lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif remaja dengan nilai signifikan sebesar  $0,621 > 0,05$  dan hasil nilai  $t_{hitung} -0,496 < t_{tabel} 1,9904$ . (4) religiusitas berpengaruh signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif remaja dengan nilai signifikan sebesar  $0,859 > 0,05$  dan hasil nilai  $t_{hitung} -0,015 < t_{tabel} 1,9904$ . (5) hasil uji F diperoleh nilai  $F_{hitung} 23,049 > F_{tabel} 2,48$  nilai signifikan  $0,000$  lebih kecil dari nilai probabilitas  $0,05$ . Kesimpulannya bahwa variabel gaya hidup, media sosial, lingkungan Sosial, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif remaja. (6) hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar  $0,515$  menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup, media sosial, lingkungan sosial, terhadap perilaku konsumtif sebesar  $51\%$  sedangkan sisanya  $49\%$  berasal dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Gaya Hidup, Media Sosial, Lingkungan Sosial, Religiusitas dan Perilaku Konsumtif**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO .....	x
ABSTRAK .....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Sistematika Penulisan.....	11
 <b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
A. Landasan Teori.....	13
1. Perilaku Konsumtif .....	13
2. Gaya Hidup .....	18
3. Media Sosial.....	21
4. Lingkungan Sosial.....	25
5. Religiusitas.....	29
B. Penelitian Terdahulu .....	33
C. Kerangka Berfikir.....	37



D. Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	44
B. Setting Penelitian .....	45
C. Variabel Penelitian.....	45
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	51
E. Sumber Data.....	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Teknik Analisis Data.....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Lokasi Penelitian .....	62
B. Karakteristik Responden.....	62
C. Hasil Penelitian .....	70
D. Pembahasan .....	85
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan .....	95
B. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Pengeluaran Konsumsi Akhir.....	3
<b>Tabel 1.2</b> Faktor Penyebab Perilaku Konsumtif.....	4
<b>Tabel 1.3</b> Pra Penelitian Pengaruh Gaya Hidup .....	5
<b>Tabel 1.4</b> Media Sosial Yang Sering Diakses .....	5
<b>Tabel 1.5</b> Belanja Online.....	6
<b>Tabel 2.1</b> Dimensi Pengukuran Gaya Hidup.....	20
<b>Tabel 2.2</b> Tinjauan Pustaka .....	34
<b>Tabel 3.1</b> Defenisi Operasional Variabel .....	48
<b>Tabel 3.2</b> Jumlah Remaja Di Desa Sidosari .....	52
<b>Tabel 3.3</b> Penilaian Skala Penelitian .....	55
<b>Tabel 4.1</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	64
<b>Tabel 4.3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan.....	64
<b>Tabel 4.4</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah pengeluaran .....	65
<b>Tabel 4.5</b> Jawaban Pernyataan Gaya Hidup .....	66
<b>Tabel 4.6</b> Jawaban Pernyataan Media Sosial .....	67
<b>Tabel 4.7</b> Jawaban Pernyataan Lingkungan Sosial .....	68
<b>Tabel 4.8</b> Jawaban Pernyataan Religiusitas.....	69
<b>Tabel 4.9</b> Jawaban Pernyataan Perilaku Konsumtif .....	70
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Validitas Instrumen Data .....	71
<b>Tabel 4.11</b> Tingkat Reliabilitas Instrumen .....	71
<b>Tabel 4.12</b> Uji Reliabilitas Instrumen .....	72
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogrov-Smirnov</i> .....	74
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Multikolonieritas.....	75
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Gleser .....	77
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	78
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Statistik T.....	80
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji Statistik F .....	83
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	85







## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Berfikir .....	38
<b>Gambar 4.1</b> Grafik Histogram.....	73
<b>Gambar 4.2</b> Grafik Normal Prohabiliti Plot .....	73
<b>Gambar 4.3</b> Hasil Uji Grafik Scatter Plot.....	76
<b>Gambar 4.4</b> Uji Hipotesis Variabel Gaya Hidup .....	81
<b>Gambar 4.5</b> Uji Hipotesis Variabel Media Sosial .....	81
<b>Gambar 4.6</b> Uji Hipotesis Variabel Lingkungan Sosial .....	82
<b>Gambar 4.7</b> Uji Hipotesis Variabel Religiusitas .....	83
<b>Gambar 4.8</b> Grafik Uji Statistik F .....	84

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner/Angket
- Lampiran 2. Identitas Responden
- Lampiran 3. Jawaban Responden
- Lampiran 4. Uji Validitas Instrumen Data
- Lampiran 5. Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7. Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 8. Surat Pernyataan Penelitian
- Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia membutuhkan bermacam jenis barang dan jasa yang harus dipenuhi untuk kebutuhan hidup. Kebutuhan tersebut seperti kebutuhan primer yang paling dibutuhkan manusia dan sifatnya wajib dipenuhi (makanan, tempat tinggal, pakaian, dll), kebutuhan sekunder di mana dapat terpenuhi setelah kebutuhan primer (pendidikan, tv, sepeda motor, dll), serta kebutuhan akan barang mewah atau tersier.

Konsumsi sebagai kebutuhan manusia sehari-hari dan harus dipenuhi. Konsumsi merupakan penggunaan barang dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup.<sup>1</sup> Akan tetapi saat ini konsumsi tidak bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup, melainkan untuk menyalurkan hobi, mencari kepuasan, dan sebagai alat pemuas kebutuhan.

Remaja merupakan lapisan dari konsumen yang melakukan kegiatan konsumsi. Remaja masa yang penting dalam kehidupan, di mana remaja mempunyai peluang yang besar untuk mengalami hal-hal baru dalam hidupnya.<sup>2</sup> Dalam melakukan kegiatan konsumsi, remaja cenderung menggunakan uang saku atau uang pemberian orang tua. Karena pada masa remaja tidak memiliki pendapatan atau penghasilan sendiri. Akan tetapi dalam melakukan kegiatan konsumsi remaja cenderung berlebihan dan lebih mendahulukan keinginan dari kebutuhan, perilaku atau sifat remaja yang

---

<sup>1</sup> Muhammad, *ekonomi mikro dalam perspektif islam* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004), hlm 162.

<sup>2</sup> Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan* ( Jakarta, : Erlangga, 2018), hlm 207.

cenderung berlebihan dan lebih mendahulukan keinginan disebut dengan istilah perilaku konsumtif.

Saat ini terjadi fenomena perilaku konsumtif, di mana perilaku konsumtif terjadi karena adanya perubahan *trend* gaya hidup yang ada dan kebiasaan gaya hidup yang berlebihan dan mewah. Konsumen saat ini melakukan kegiatan konsumsi yang praktis dan efektif. Selain itu dengan berkembangnya teknologi memberikan kemudahan konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi. Dengan perkembangan teknologi, konsumen dengan mudah melakukan kegiatan konsumsi. Kemudahan tersebut menjadikan konsumen lebih berperilaku konsumtif, di mana dalam membeli tidak berdasarkan kebutuhan melainkan keinginan, dan membeli untuk mencari kepuasan dan gengsi semata. Hal ini dapat menjadikan konsumen boros dan konsumtif.

Perilaku konsumtif terjadi di Kabupaten Pekalongan. Hal ini dilihat dari Perkembangan Pengeluaran Konsumsi Akhir Rumah Tangga Kabupaten Pekalongan.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Pengeluaran Konsumsi Akhir Rumah Tangga**  
**Kabupaten Pekalongan (Miliar Rupiah) Tahun 2015-2018**

Uraian	2015	2016	2017	2018
ADHB	13.735,20	14.447,97	15.432,33	16.323,15
ADHK	10.590,92	10.891,64	11.323,08	11.719,19
Total konsumsi rumah tangga	24.326,44	25.339,61	26.755,41	28.042,34

Sumber: BPS Kab Pekalongan yang sudah diolah (2020)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Pekalongan, data Perkembangan Pengeluaran Konsumsi Akhir Rumah Tangga Kabupaten Pekalongan, masyarakat kabupaten pekalongan bisa dikatakan konsumtif. Hal ini karena terjadi kenaikan pengeluaran untuk kegiatan konsumsi masyarakat dalam setiap tahunnya. Pada tahun 2016 terjadi peningkatan pengeluaran konsumsi sebesar 1.013,17. Tahun 2017 terjadi peningkatan pengeluaran sebesar 1.415,8. Tahun 2018 mengalami peningkatan pengeluaran konsumsi sebesar 1.286,93. Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan pengeluaran konsumsi di Kabupaten Pekalongan setiap tahunnya.

Kecamatan Kesesi merupakan kecamatan yang berada di Kabupaten Pekalongan. Di mana masyarakat Kecamatan Kesesi dapat dikatakan cenderung konsumtif. Hal ini ditandai dengan banyaknya para pedagang yang ada. Saat ini di Kesesi banyak ruko-ruko baru yang menjual bermacam jenis makanan dan minuman kekinian, pakaian-pakaian dari baju, celana, sepatu, tas, dll yang dapat menunjang penampilan. Saat ini banyak bermunculan pedagang-pedangan yang berjualan di pingir jalan. Dengan akses jalan yang mudah, banyaknya jenis pilihan makanan atau barang yang ditawarkan dan banyaknya pedagang yang ada sehingga menjadikan masyarakat Kesesi lebih berperilaku konsumtif dalam melakukan kegiatan konsumsi sehari-hari.

Desa Sidosari merupakan desa yang berada di Kecamatan Kesesi. Di mana Desa Sidosari merupakan desa dengan populasi penduduk yang padat, di mana sebagian dari populasi tersebut masih berusia remaja. Perilaku konsumtif terjadi pada remaja di Desa Sidosari berdasarkan dari hasil data pra penelitian





yang dilakukan kepada 10 remaja di Desa Sidosari, mengungkapkan bahwa mereka termasuk orang yang berperilaku konsumtif. Observasi awal peneliti mengumpulkan faktor-faktor penyebab para remaja berperilaku konsumtif.

**Tabel 1.2**  
**Faktor-Faktor Penyebab Para Remaja**  
**Desa Sidosari Berperilaku Konsumtif**

No	Faktor Penyebab	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
1.	Gaya hidup	7	3	10
2.	Media sosial	7	3	10
3.	Lingkungan sosial (lingkungan keluarga, kelompok acuan, status dan peran sosial)	5	5	10
4.	Religiusitas	0	10	10

Sumber: hasil pra penelitian yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja antara lain gaya hidup, media sosial, lingkungan sosial dan religiusitas. Dari hasil diketahui gaya hidup dan media sosial merupakan faktor yang membuat para remaja berperilaku konsumtif. Sedangkan untuk pengaruh lingkungan sosial berpengaruh netral terhadap perilaku konsumtif dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Namun hasil pra penelitian di atas belum cukup menguatkan penelitian ini, untuk itu perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut.

Salah satu faktor yang dapat menjadikan remaja berperilaku konsumtif adalah gaya hidup. Hasil pra penelitian yang dilakukan sebagai dugaan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja sebagai berikut.



**Tabel 1.3**  
**Pra penelitain pengaruh gaya hidup**  
**terhadap perilaku konsumtif remaja di Desa Sidosari**

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah	presentase
		Pernah	Tidak pernah		
1.	Pergi ke tempat hiburan	6	4	10	60%
2.	Berbelanja barang atau produk	9	1	10	90%

Sumber: data pra penelitian diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas, remaja Desa Sidosari dapat dikatakan konsumtif karena faktor gaya hidup. Di mana mereka mengaku bahwa mereka sering pergi ke tempat hiburan dan sering melakukan kegiatan belanja. Mereka berperilaku konsumtif karena adanya sarana dan prasarana yang ada. Selain faktor gaya hidup, perilaku konsumtif remaja karena perkembangan teknologi yang ada. Berikut ini adalah data penggunaan media sosial yang diakses oleh remaja di Desa Sidosari.

**Tabel 1.4**  
**Media Sosial Yang Sering Diakses Remaja Di Desa Sidosari**

No	Media sosial yang di akses	Ya	Tidak	Jumlah
1.	Instagram	7	3	10
2.	Facebook	6	4	10
3.	Twitter	2	8	10

Sumber: data pra penelitian diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas, bahwa 7 dari 10 remaja sering mengakses media sosial instagram, 6 dari 10 remaja sering mengakses media sosial Facebook, dan 2 dari 10 remaja mengakses Twitter. Media sosial dapat dijadikan sarana dalam melakukan pembelian. Media sosial dapat





mempengaruhi perilaku konsumtif remaja, dengan perkembangan teknologi dan adanya media sosial dijadikan sebagai sarana belanja *online*. Melalui media sosial para remaja dapat dengan mudah mencari dan menemukan barang-barang yang diinginkan dengan tidak mengalami kesusahan.

**Tabel 1.5**  
**Belanja *Online***

No	Belanja <i>Online</i>	Frekuensi	Presentase
1.	Pernah	8	80%
2.	Tidak pernah	2	20%
	Jumlah	10	100%

Sumber: data pra penelitian diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dilihat bahwa 80% dari remaja di Desa Sidosari pernah berbelanja secara *online* melalui media sosial. Dan 20% remaja mengaku belum pernah berbelanja secara *online*. Pembelian yang dilakukan melalui *online* yang berlebihan dapat menimbulkan perilaku konsumtif remaja. Dalam melakukan pembelian, remaja cenderung meminta saran atau pendapat dari lingkungan sosial mereka. Remaja cenderung melakukan kegiatan yang sama dengan orang di sekeliling mereka dan mereka akan merasakan tidak percaya diri karena tidak menggunakan barang yang sama. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor dari lingkungan sosial dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja.

Remaja saat ini mudah dalam memperoleh apa yang mereka cari, kemudahan ini membuat terbentuknya gaya hidup baru yang diikuti para remaja, perubahan gaya hidup ini didukung dengan adanya informasi dari digital media salah satunya informasi dari media sosial. Pada masa remaja, orang tua sudah tidak lagi menjadi *trend mode*, namun orang lain yang menjadi



*trend mode*. Hal ini yang menjadikan para remaja mengikuti tingkah perilaku orang lain dan mengikuti gaya hidupnya. Untuk mengikuti gaya hidup yang sesuai dengan zaman para remaja melakukan kegiatan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Gaya hidup remaja sekarang ini lebih mengikuti kegiatan “kekinian” yang dapat menjadikan mereka lebih percaya diri dalam bergaul. Hal ini sesuai dengan penelitian Dias Kanserina<sup>3</sup>, bahwa mewahnya gaya hidup, kebutuhan dalam memenuhi barang dan jasa menjadi semakin mewah. Mereka tidak lagi memperhatikan skala prioritas untuk memenuhi kebutuhannya.

Dampak perkembangan teknologi dapat dirasakan setelah adanya media sosial yang memiliki peranan dalam memberikan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan. Adanya media sosial memberikan kemudahan untuk melakukan pembelian yang dilakukan secara *online*, yang lebih efisien dan mudah dalam memperoleh barang dengan banyak jenis pilihan dan tidak merasa kesulitan dalam memeperolehnya. Seiring perkembangan waktu, remaja saat ini hidup dalam kemewahan dan berlebihan. Perkembangan teknologi yang maju dan mudah di akses oleh para remaja sehingga media sosial dapat digunakan untuk melakukan segala kegiatan seperti, berbelanja pakaian serta kebutuhan sehari-hari, membeli makanan,dll. Penelitian yang dilakukan oleh Ela Utami<sup>4</sup>, mengatakan bahwa faktor yang dapat menjadikan remaja berperilaku

---

<sup>3</sup>Dias, Kanserina. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015” (Singaraja: *Jurnal Universitas Pendidikan Ganेशha*, No. 1., 2015), hlm. 8.

<sup>4</sup> Ela, Utami, “Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, Literasi Ekonomi, dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XII IPS SMA N 13 Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2018/2019” ( Bandar Lampung: *Skripsi Fakultas Peguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung*, 2019), hlm 142.



konsumtif karena seringkali remaja mengakses media sosial dan berbelanja secara *online* menggunakan media sosial.

Dengan perubahan gaya hidup dan media sosial membentuk perilaku konsumtif pada remaja. Kegiatan konsumsi tidak lagi berdasarkan pada kebutuhan melainkan berdasarkan pada keinginan dan cenderung berlebihan. Remaja merupakan lapisan masyarakat yang dapat terpengaruh karena faktor lingkungan sosial mereka, faktor lingkungan sosial terdiri dari keluarga, kelompok acuan, status dan peran sosial mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Baiqi Diyah Rumingsih, dkk, mengatakan bahwa faktor remaja memiliki perilaku konsumtif karena adanya dorongan dari lingkungan sosial, dan keinginan untuk diakui oleh lingkungannya dan mengusahakan diri menjadi bagian dari lingkungan tersebut.<sup>5</sup>

Pada dasarnya dalam islam tidak menganjurkan kita untuk melakukan konsumsi yang berlebihan, dalam islam kita diajarkan untuk melakukan kegiatan konsumsi sewajarnya. Islam memiliki aturan dalam konsumsi yang *halalan thayyiban*, selain itu islam melarang orang dalam menggunakan uangnya secara berlebihan.

Fenomena perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja saat ini, dapat menimbulkan masalah pada masa yang akan datang dalam kehidupan remaja. Remaja saat ini tidak memiliki sikap hidup hemat, dan sikap produktif. Remaja berperilaku konsumtif berlebihan seperti bersikap boros, menghambur-

---

<sup>5</sup> Baiqi Diyah Rumingsih, dkk, "Peran Sikap Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa", (Semarang: *journal of economic education*, Vol.5 No.1, 2016), hlm 200.

hamburkan uang untuk memenuhi nafsu dan keinginan dalam mengikuti *trend* gaya hidup yang berkembang.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Lingkungan Sosial, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Di Desa Sidosari Kesesi Kabupaten Pekalongan”. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada remaja dalam melakukan kegiatan konsumsi tidak berlebihan, remaja untuk memiliki sifat hidup hemat, dan sifat produktif. Tidak menghambur-hamburkan uang untuk kegiatan yang kurang bermanfaat.

#### **B. Rumusan Masalah**

Dengan mempertimbangkan pemaparan mengenai Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Lingkungan Sosial, dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan. Peneliti mengajukan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja?
2. Apakah media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja?
3. Apakah Lingkungan Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja?
4. Apakah religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja?





5. Apakah media sosial, gaya hidup, lingkungan sosial dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif remaja?

### C. Tujuan Penelitian

Dari hasil pertimbangan latar belakang dan rumusan masalah penelitian yang ada, tujuan penelitian antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif remaja.
2. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja.
3. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif remaja.
4. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif remaja.
5. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh media sosial, gaya hidup, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif remaja.





#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penelitian ini:

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan, teori dan khasanah ilmu tentang ilmu ekonomi tentang kegiatan konsumsi. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan bahan penelitian dan menambah informasi tentang gaya hidup, media sosial, lingkungan sosial, religiusitas, dan perilaku konsumtif.

##### 2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman para remaja yang berperilaku konsumtif sehingga dapat mengatur dan mengontrol perilaku dalam kegiatan konsumsi untuk tidak memiliki sikap atau perilaku konsumtif.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan pemahaman dan gambaran yang sistematis, maka dalam penulisan skripsi ini disusun sistematika penulisan.

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Terdiri dari latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II : KERANGKA TEORI**

Terdiri dari landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berfikir, dan hipotesis.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sample dan teknik pengambilan sample, teknik pengumpulan data, sumber data, dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Terdiri dari gambaran lokasi penelitian, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Terdiri dari kesimpulan dan saran.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, media sosial, lingkungan sosial, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif remaja Di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan. Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikan variabel gaya hidup sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan hasil nilai  $t_{hitung}$  5,765 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,9904. Dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan positif terhadap perilaku konsumtif remaja di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan.
2. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikan variabel media sosial sebesar 0,029 lebih kecil dari 0,05 dan hasil nilai  $t_{hitung}$  2,228 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,9904. Dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial berpengaruh secara signifikan positif terhadap perilaku konsumtif remaja di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan.
3. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikan variabel lingkungan sosial sebesar 0,621 lebih besar dari 0,05 dan hasil nilai  $t_{hitung}$  -0,496 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,9904. Dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif remaja di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan.

4. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikan variabel religiusitas sebesar 0,859 lebih besar dari 0,05 dan hasil nilai  $t_{hitung}$  -0,015 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,9904. Dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif remaja di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan
5. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  23,049 >  $F_{tabel}$  2,48 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Artinya variabel gaya hidup, media sosial, lingkungan Sosial, dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif remaja di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,515. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup, media sosial, lingkungan sosial, terhadap perilaku konsumtif sebesar 51% sedangkan sisanya 49% berasal dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapatkan, maka saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Remaja seharusnya memiliki gaya hidup yang sederhana, tidak berlebihan dan menghindari gaya hidup hedonis. Lebih memiliki sikap hidup hemat, dalam membeli barang sesuai dengan kebutuhan tidak karena keinginan.
2. Remaja diharapkan lebih bijaksana dalam menggunakan media sosial, menggunakan media sosial untuk hal yang positif, tidak mengikuti orang lain



atau mengikuti *trend* yang ada. Dalam menggunakan media sosial hendaknya remaja dipantau oleh orang tua.

3. Remaja dalam melakukan pembelian diharapkan mengikuti arahan dari lingkungan sosial mereka, agar terhindar dari perilaku konsumtif. Dalam membeli remaja hendaknya meminta saran atau masukan dari orang tua, teman, atau orang lain.
4. Dalam melakukan pembelian remaja diharapkan untuk tidak berlebihan dan terhindar dari sifat *israf*. Menggunakan uang yang diberikan untuk hal yang bermanfaat. Remaja hendaknya dapat mengontrol diri untuk tidak berperilaku konsumtif dengan cara meningkatkan religiusitasnya.
5. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan topik yang sejenis diharapkan dapat menambah atau mengganti variabel-variabel lain seperti literasi ekonomi, pendapatan, teman sebaya dan variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Selain itu diharapkan untuk mengganti studi kasus penelitian yang berbeda serta menambah atau memperdalam ruang lingkup dan pembahasannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kodir, Koko. (2014). Metodologi Studi Islam. Bandung: Pustaka Setia
- Adzkiya, Annisa. (2018). Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah
- Amaliya, Luthfatul. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya, Dan Status Sosial Ekonomi orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA N 1 Semarang. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
- Arikunto, Suharsimi. (2014). Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwan, Saifuddin. (1997). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Az-Zuhaili, Wahbah. (2013). Tafsir Al-Wasith (Muhtadi, dkk penerjemah. Jakarta: Gema Insani
- Bungim, Burham. (2013). Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Cahyono, Anang Sugeng. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. jurnal publiciana Vol 9 No 1
- Chatijah, Siti. (2007). Hubungan Antara Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Remaja. Jurnal Humanitas Vol 4 No 2
- Fitriyani, Nur dkk. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, Vol 12 No 1
- Ghazali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghufron, M Nur. (2014). Teori-Teori Psikologi. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Glock and Stark. Religion and Society in Tension. Chicago: Rand McNally (1965) diterjemahkan oleh Ancok dan Suroso dalam karyanya yang berjudul Psikologi Islami.
- Hidayat, Tri bagus Wisnu. (2018). Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Kaum Remaja di Desa Tegal Kerta, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar. Jurnal Ilmiah Sosiologo (SOROT) Vol 1 No 1







- Hurlock, Elizabeth B. (2018). Psikologi Perkembangan. Jakarta,: Erlangga
- Jalal (2018). Perilaku Konsumtif Remaja (Studi Kasus pada Pengunjung Mall Panakkukang Kota Makassar). Jurnal Pendidikan, Sosial, Humaniora Vol. 2, No. 1
- Kanserina, Dias. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol: 5 Nomor: 1
- Lestarina,Eni dkk. (2017). Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja.. Jurnal Riset Tindakan Indonesia Vol. 2, No. 2
- Lodeng, Ahsan. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Santri Ma'had Al-Jami'ah UIN Raden Intan Lampung). Skripsi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
- Mahmudah, Atina Atiatul. (2017). Analisis Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Santri di Pesantren Al-HIKMAH Tugurejo Semarang. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
- Mowen, John C. (2002). Perilaku konsumen, Edisi 5. Jakarta: Gelora Aksara Pratama
- Muflih, Muhamad. (2016). Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ilmu Ekonomi Islam. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Muhammad. (2004). Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Nata, Abuddin. (2014). Metodologi Studi Islam. Jakarta: Rajawali Pers,
- Nursalam. (2013). Metode Penelitian, Edisi 3. Jakarta: Salemba Medika
- Peter, J. Paul Jerry C. Olson. (2000). Perilaku Konumen dan Strategi pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Philip, Kotler. (2002). Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Prenhalindo
- Priansa, Doni Juni. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: Pustaka Setia
- Rahayu, Dita. (2017). Pengaruh Kontrol Diri dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Malik Ibrahim Malang. Skripsi Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



- Riana, Irma. (2019) .Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis. Tesis Program Pasca Sarjana UIN Syarif Kasim Riau
- Rumingsih, Baiqi Diyah dkk,(2016), Peran Sikap Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa. *Journal Of Economic Education* Vol 5 No 1
- Sangadji, Etta Mamang. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Malang: Andi Offset
- Sari, Rika Aulia. (2019). Pengaruh Gaya Hidup *Brand Minded* dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal di Samarinda. *Jurnal Psikoborneo*, Vol 7, No 1
- Sarwono, Jonatan. (2015). *Rumus-rumus Populer Dalam SPSS 22 Untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: CV. Andi
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Singarimbun, Masri.(1995) *Metodologi Penelitian Survei*, Cetakan Ke-2. Jakarta:LP3ES
- Sri Yuniarti, Vinna. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia
- Subagio. (2019). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan IKIP Mataram. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* Vol 3 No 3 p-ISSN: 2598-9944 e-ISSN: 2656-6753
- Sugiyono. (2014). *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&G)*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung, Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. (2002). *Perilaku Konsumen, teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia

Sumarwan, Ujang. (2011). Perilaku Konsumen, teori dan penerapannya dalam pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia

Sunarto, Andang. (2017) Statistik Untuk Ekonomi dan Bisnis Islam. Bengkulu: Pustaka Pelajar

Supadie, Didiek Ahmad (2012) Pengantar Studi Islam. Jakarta: Rajawali Pers

Suryabrata, Sumadi. (1998). Metodologi Penelitian. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Suryani, Tatik. (2012). Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu

Triastuti, Endah. (2017). Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak Dan Remaja. Jakarta: Pusat Kajian Komunikasi, FISIP Universitas

Utami, Ela. Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, Literasi Ekonomi, dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XII IPS SMA N 13 Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2018/2019. Skripsi Fakultas Peguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung



## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1. KUESIONER/ANGKET

#### KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH GAYA HIDUP, MEDIA SOSIAL, LINGKUNGAN SOSIAL,  
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA

(Studi Kasus Remaja Di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi Kabupaten  
Pekalongan)

**Tanggal Pengisian:**

Kepada.

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penelitian mengenai perilaku konsumtif, saya bermaksud untuk meminta pendapat anda tentang variabel terkait. Pada kesempatan ini saya memohon partisipasi anda untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Informasi ini saya perlukan untuk memenuhi tugas akhir (skripsi) pada Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negri Pekalongan.

Dimohon kesediaan responden untuk menjawab pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini dengan sebaik-baiknya sesuai dengan pendapat yang menurut anda benar. Mohon dijawab dengan jujur, karena hasil jawaban dari kuesioner ini akan saya gunakan sebagai data untuk skripsi saya. Sesuai dengan etika penelitian, saya akan menjaga kerahasiaan data dan jawaban yang diberikan. Terimakasih atas ketersediaan anda dalam mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya

SILVIYANI





### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Tempat Tinggal :

3. Jenis Kelamin :

a.	Laki-laki	
b.	Perempuan	

4. Umur :

a.	12-15 Tahun	
b.	15-18 Tahun	
c.	18-21 Tahun	

5. Status Pendidikan :

a.	Pelajar SMP	
b.	Pelajar SMA	
c.	Mahasiswa (S1)	

6. Jumlah pengeluaran per-bulan :

a.	Dibawah Rp. 200.000	
b.	Rp. 200.000	
c.	Diatas Rp 200.000	

### B. PERNYATAAN

Pada pernyataan yang ada mohon diberi tanda (√) atau (x) pada kolom yang sudah disediakan sebagai jawaban saudara/saudari pilih, pernyataan tersebut antara lain sebagai berikut.

#### Keterangan:

**SS** : Sangat Setuju

**S** : Setuju

**R** : Ragu-ragu

**TS** : Tidak Setuju



**STS** : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<b>Variabel Gaya Hidup (X1)</b>						
1.	Sering menghabiskan waktu untuk berbelanja di mall, pasar atau di media sosial					
2.	Sering menghabiskan waktu untuk pergi ke tempat yang sedang <i>trend</i>					
3.	Memakai produk bermerek yang dapat mencerminkan status sosial dan meningkatkan rasa percaya diri					
4.	Suka mengikuti <i>trend mode fashion</i> terbaru					
5.	Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi dimata teman					

No	Pernyataan	SS	S	R	KS	SKS
<b>Variabel Media Sosial (X2)</b>						
1.	Aktif menggunakan media sosial setiap hari					
2.	Merasa puas dan senang saat memposting suatu yang membuat saya terlihat keren					
3.	Mengetahui akun belanja <i>online</i> atau <i>online shope</i> dari teman					
4.	Menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan orang lain					
5.	Mengikuti akun untuk melihat posting-an barang atau produk terbaru					





6.	Tertarik melihat posting-an mengenai produk atau tempat yang sedang ramai di media sosial					
----	---	--	--	--	--	--

No	Pernyataan	SS	S	R	KS	SKS
<b>Variabel Lngkungan Sosial (X3)</b>						
1.	Meminta pendapat orang lain ketika ingin membeli suatu produk					
2.	Membeli produk setelah melihat teman atau orang lain menggunakan produk tersebut					
3.	Pendapat keluarga menjadi salah rujukan dalam menentukan merek produk yang akan dibeli					
4.	Membeli produk setelah mendapatkan informasi dari keluarga					
5.	Pengalaman keluarga tentang suatu produk menjadi inspirasi untuk membeli produk yang sama					
6.	Membeli produk agar menggambarkan status sosial					

No	Pernyataan	SS	S	R	KS	SKS
<b>Variabel Religiusitas (X4)</b>						
1.	Mengedepankan aspek kehalalan dalam keputusan pembelian produk					
2.	Melaksanakan ibadah secara rutin (Sholat Fardu, membaca Al-Qur'an, Puasa pada bulan Ramadhan, Berzakat, Berinfak, berbuat sopan).					



3.	Yakin terhadap ajaran agama (percaya kepada Allah SWT, Rasul, Malaikat, Kitab Suci, Qadha dan Qadar, Hari Akhir).					
4.	Yakin jika berbuat buruk kepada orang lain, suatu saat Allah SWT pasti memberi balasan					
5.	Berusaha menjalankan ajaran agama dengan sebaik-baiknya (membantu sesama, saling memaafkan, dan bertanggung jawab).					

No	Pernyataan	SS	S	R	KS	SKS
<b>Variabel Perilaku Konsumtif (Y)</b>						
1.	Membeli produk apabila disertai dengan potongan harga dan pemberian hadiah tertentu.					
2.	Memakai produk karena model yang memakai produk tersebut cantik dan tampan.					
3.	Membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi terlihat keren dan <i>Fashionable</i> .					
4.	Merasa bangga ketika memakai produk mahal					
5.	Memperhatikan aspek gaya atau status sosial dalam memutuskan pembelian produk.					
6.	Menggunakan barang yang sejenis dengan merek yang berbeda					



7.	Merasa percaya diri ketika memakai barang dengan merek mahal.					
----	---	--	--	--	--	--



## LAMPIRAN 2. JAWABAN IDENTITAS RESPONDEN

Identitas Responden					
N o	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pengeluaran Per-bulan
1	Vivi Lutfi Fauziah	P	18-21 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
2	Tari Indah Sari	P	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
3	Elsa Tiana	P	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
4	Devi Lestari	P	18-21 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
5	Fajar Sodik	L	15-18 Tahun	SMA	Rp.200,00
6	Osa Sabrina	P	12-15 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
7	Devita Pujiani	P	12-15 Tahun	SMP	Rp.200,000
8	Mumtasya	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
9	Wiwit Saputri	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
10	Hesti Sisma	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000



11	Lusi Sulistiyani	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
12	Fila Safitri	P	18-21 Tahun	SMA	Rp.200,000
13	Dewi Imroatul	P	18-21 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
14	Siti Azzah	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
15	Vika Tita Afriani	P	18-21 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
16	Muhamad Rofiq	L	18-21 Tahun	SMA	Di bawah Rp.200,000
17	Khoirul Alim	L	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
18	Arya	L	15-18 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
19	Rezalia Dhaya	P	18-21 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
20	Ari Mustofa	L	15-18 Tahun	SMA	Di bawah Rp.200,000
21	Wafiq Ainur	P	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
22	Amelia Putri	P	12-15 Tahun	SMP	Rp.200,000



23	Gita Ayu	P	15-18 Tahun	SMP	Rp.200,000
24	Dini Cahya N	P	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
25	Talitha A	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
26	Novidhoh Kahar	P	15-18 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
27	Ahmad Junaedi	L	12-15 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
28	Dian Sari	P	15-18 Tahun	SMA	Rp.200,000
29	Erika Fitriana	P	12-15 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
30	Ayu Lestari	P	15-18 Tahun	SMA	Di bawah Rp.200,000
31	M Dafa	L	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
32	Hesti Aryanti	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
33	Rossy Atika	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
34	Siva Restiani	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000





35	Ermi Erowati	P	18-21 Tahun	Mahasiswa	Di bawah Rp.200,000
36	Iwan Sanusi	L	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
37	Barokah	P	18-21 Tahun	SMA	Di bawah Rp.200,000
38	Ainur Mufiqoh	P	15-18 Tahun	SMA	Di bawah Rp.200,000
39	Riza Kurniawan	L	18-21 Tahun	SMA	Di bawah Rp.200,000
40	Refi Mei Riska	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
41	Ni'matu Rokhma	P	12-15 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
42	Lulu Setiani	P	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
43	Asrofi Rozidin	L	12-15 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
44	Winarti Novia A	P	15-18 Tahun	SMA	Rp.200,000
45	M Nur Arif	L	15-18 Tahun	SMA	Di bawah Rp.200,000
46	Risanatun H	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000



47	Jaka	L	18-21 Tahun	SMA	Di bawah Rp.200,000
48	Eli Komariyah	P	18-21 Tahun	SMA	Di bawah Rp.200,000
49	Anisa Azara	P	15-18 Tahun	SMA	Di bawah Rp.200,000
50	Erni Widiyah	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
51	Felik Andriansyah	L	12-15 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
52	Zidan Afarizi	L	15-18 Tahun	SMP	Rp.200,000
53	Afit Agus D	L	15-18 Tahun	SMA	Rp.200.,00
54	Difa Farisa	P	15-18 Tahun	SMA	Rp.200,000
55	Bergas Setiawan	P	18-21 Tahun	SMA	Di bawah Rp.200,000
56	Nayla Fithrotul F	P	12-15 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
57	Ikpan Mundakir	L	18-21 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
58	Dwi Yulianto	L	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000



59	Nabil Safila	L	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
60	Renndy Izhar S	L	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
61	Agung P	L	12-15 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
62	Moh.Amir	L	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
63	Alvin Candra P	L	12-15 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
64	Abdul Mughniy	L	12-15 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
65	Yanuaris Akma A	P	12-15 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
66	Febika Era M	L	18-21 Tahun	Mahasiswa	Di atas Rp.200,000
67	Elis Khumrotun N	P	15-18 Tahun	SMA	Rp.200.000
68	Akhnaf Zhikri	L	15-18 Tahun	SMA	Rp.200,000
69	Fauzan Nur H	L	12-15 Tahun	SMP	Di atas Rp.200,000
70	Putri Novitasari	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000



71	Muh. Imam Lutfi	L	15-18 Tahun	SMA	Rp.200,000
72	Bagus Syaiquddin	L	15-18 Tahun	SMA	Rp.200,000
73	Nadiani	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
74	Nadiana	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
75	Sifa Aurahman	L	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
76	Irfan	L	12-15 Tahun	SMP	Di bawah Rp.200,000
77	Intan Nurhidayah	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
78	Retno Puji R	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
79	Virna Dwi M	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
80	Isfa Ainun N	P	15-18 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
81	Dea Ayu Sagina	P	18-21 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
82	Miftahuk Jannah	P	18-21 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000



83	Mayang Sari	P	18-21 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000
84	M. Iryadi	L	18-21 Tahun	SMA	Di atas Rp.200,000



## LAMPIRAN 3. JAWABAN RESPONDEN

No	Gaya Hidup (X1)					Total	mean	Media Sosial (X2)					Total	Mean	Lingkungan Sosial (X3)					Total	Mean
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5			X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		
1	4	4	3	3	3	17	3.4	5	2	4	4	5	20	4	5	5	4	5	2	21	4.2
2	2	2	4	5	2	15	3	5	2	1	1	5	14	2.8	5	2	2	4	2	15	3
3	4	4	4	2	4	18	3.6	5	4	2	5	5	21	4.2	5	2	2	4	2	15	3
4	5	4	4	5	4	22	4.4	5	5	4	4	4	22	4.4	5	5	4	4	5	23	4.6
5	2	2	2	2	2	10	2	3	2	2	2	2	11	2.2	2	2	2	3	2	11	2.2
6	4	3	5	3	2	17	3.4	3	3	4	4	3	17	3.4	4	3	4	3	3	17	3.4
7	4	5	3	3	3	18	3.6	5	4	5	5	5	24	4.8	5	3	5	5	4	22	4.4
8	4	2	2	3	2	13	2.6	4	3	2	2	2	13	2.6	4	3	2	3	1	13	2.6
9	4	3	3	3	3	16	3.2	5	4	4	5	4	22	4.4	5	4	4	3	2	18	3.6
10	4	4	3	4	3	18	3.6	5	4	4	5	5	23	4.6	5	4	4	4	2	19	3.8
11	4	2	1	1	1	9	1.8	5	4	3	3	3	18	3.6	5	3	2	4	1	15	3
12	4	3	2	4	5	18	3.6	4	3	3	3	3	16	3.2	4	3	3	4	3	17	3.4
13	2	2	2	2	2	10	2	5	3	2	4	2	16	3.2	2	2	5	5	2	16	3.2
14	2	2	2	2	2	10	2	5	3	2	5	2	17	3.4	2	2	4	2	2	12	2.4
15	4	2	3	2	2	13	2.6	5	3	3	4	3	18	3.6	4	4	4	4	2	18	3.6
16	4	4	5	4	4	21	4.2	5	4	4	4	4	21	4.2	3	3	4	4	4	18	3.6
17	5	5	2	2	2	16	3.2	4	2	2	3	4	15	3	4	2	4	3	3	16	3.2
18	5	2	2	2	2	13	2.6	3	2	3	2	2	12	2.4	4	2	4	4	2	16	3.2
19	4	4	5	3	2	18	3.6	5	3	3	4	4	19	3.8	5	5	5	5	2	22	4.4
20	4	3	2	2	2	13	2.6	5	3	3	4	4	19	3.8	4	2	4	4	2	16	3.2
21	2	2	3	2	2	11	2.2	4	2	2	2	2	12	2.4	2	2	4	2	2	12	2.4







22	5	4	3	3	3	18	3.6	3	3	2	3	3	14	2.8	5	3	3	4	3	18	3.6
23	4	2	3	2	2	13	2.6	4	2	3	3	4	16	3.2	4	2	3	4	3	16	3.2
24	5	3	4	2	2	16	3.2	5	4	2	4	4	19	3.8	3	4	4	4	3	18	3.6
25	4	3	3	3	3	16	3.2	4	4	4	3	4	19	3.8	4	3	3	4	3	17	3.4
26	2	2	2	2	2	10	2	4	2	1	2	2	11	2.2	2	2	2	1	2	9	1.8
27	4	2	4	2	4	16	3.2	3	4	2	2	3	14	2.8	1	4	3	2	2	12	2.4
28	3	2	3	2	2	12	2.4	5	2	3	4	4	18	3.6	3	3	3	2	2	13	2.6
29	3	2	3	2	2	12	2.4	4	2	3	4	4	17	3.4	3	4	3	3	2	15	3
30	2	3	3	4	1	13	2.6	4	3	4	3	2	16	3.2	5	3	5	5	2	20	4
31	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	3	19	3.8	4	3	4	4	3	18	3.6
32	2	2	2	2	2	10	2	5	5	4	2	3	19	3.8	4	2	2	2	2	12	2.4
33	3	2	2	2	2	11	2.2	3	3	2	2	2	12	2.4	4	1	2	3	1	11	2.2
34	2	2	2	2	2	10	2	5	3	4	2	2	16	3.2	4	2	5	4	2	17	3.4
35	4	4	2	4	3	17	3.4	5	4	3	3	3	18	3.6	4	3	2	2	2	13	2.6
36	4	3	3	3	2	15	3	4	3	2	3	2	14	2.8	5	5	5	5	4	24	4.8
37	3	3	2	3	3	14	2.8	4	2	4	3	3	16	3.2	4	2	2	3	2	13	2.6
38	2	5	4	3	4	18	3.6	4	5	3	3	5	20	4	5	3	5	4	5	22	4.4
39	2	3	2	2	2	11	2.2	5	3	3	5	5	21	4.2	4	3	2	4	3	16	3.2
40	4	4	3	2	1	14	2.8	4	1	3	3	2	13	2.6	2	1	1	3	1	8	1.6
41	1	1	4	4	2	12	2.4	4	2	2	4	4	16	3.2	2	2	2	4	4	14	2.8
42	3	4	3	2	2	14	2.8	4	3	3	4	3	17	3.4	4	3	2	4	2	15	3
43	4	3	3	3	3	16	3.2	4	3	3	3	3	16	3.2	3	3	3	3	3	15	3
44	4	3	3	4	3	17	3.4	4	3	3	4	4	18	3.6	4	3	4	4	3	18	3.6
45	3	3	3	3	2	14	2.8	4	3	2	3	3	15	3	3	3	2	3	3	14	2.8
46	3	3	3	3	3	15	3	5	4	4	4	4	21	4.2	5	3	3	4	2	17	3.4



47	4	4	4	1	3	16	3.2	3	4	4	4	3	18	3.6	3	3	3	3	4	16	3.2
48	4	2	4	3	3	16	3.2	5	3	4	3	4	19	3.8	5	4	4	4	3	20	4
49	4	3	4	3	3	17	3.4	5	3	4	3	4	19	3.8	5	4	4	4	3	20	4
50	5	5	2	3	2	17	3.4	5	3	4	4	4	20	4	5	3	4	3	3	18	3.6
51	4	4	4	3	4	19	3.8	4	2	3	4	4	17	3.4	4	2	4	3	2	15	3
52	4	4	4	2	1	15	3	5	5	4	3	5	22	4.4	5	5	5	5	2	22	4.4
53	4	3	4	4	4	19	3.8	4	3	2	3	3	15	3	4	4	4	4	4	20	4
54	3	3	1	1	1	9	1.8	3	2	3	2	1	11	2.2	2	2	4	2	1	11	2.2
55	4	4	4	3	3	18	3.6	5	4	4	2	4	19	3.8	3	3	5	2	3	16	3.2
56	4	4	4	3	2	17	3.4	5	3	4	5	4	21	4.2	4	3	2	3	4	16	3.2
57	4	2	4	3	2	15	3	4	2	4	4	4	18	3.6	4	2	4	2	2	14	2.8
58	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	4	4	20	4
59	3	3	3	4	3	16	3.2	4	4	3	4	3	18	3.6	4	3	2	4	3	16	3.2
60	3	2	1	2	2	10	2	3	2	1	1	2	9	1.8	4	2	4	3	2	15	3
61	4	3	4	4	3	18	3.6	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	3	23	4.6
62	3	4	3	3	3	16	3.2	5	3	3	3	3	17	3.4	3	3	3	3	3	15	3
63	3	2	1	2	2	10	2	3	2	1	1	2	9	1.8	4	2	4	3	2	15	3
64	3	2	1	2	2	10	2	3	1	2	4	3	13	2.6	3	3	4	3	2	15	3
65	3	2	2	3	2	12	2.4	4	2	4	3	2	15	3	4	3	3	5	3	18	3.6
66	4	3	3	3	3	16	3.2	5	4	3	2	3	17	3.4	4	3	2	3	3	15	3
67	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	4	19	3.8
68	2	2	4	2	2	12	2.4	5	3	2	5	4	19	3.8	4	3	4	5	3	19	3.8
69	2	4	2	4	5	17	3.4	5	4	4	5	2	20	4	5	2	2	5	4	18	3.6
70	4	3	3	3	3	16	3.2	5	3	4	5	5	22	4.4	5	3	3	5	3	19	3.8
71	3	2	1	1	1	8	1.6	4	2	3	3	3	15	3	3	3	3	4	2	15	3



72	2	2	1	2	2	9	1.8	4	3	2	3	4	16	3.2	4	2	4	3	2	15	3
73	4	3	1	3	3	14	2.8	4	3	4	2	3	16	3.2	4	2	4	4	2	16	3.2
74	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	1	9	1.8	4	2	1	3	3	13	2.6
75	3	4	4	4	5	20	4	4	4	3	4	4	19	3.8	4	3	4	4	5	20	4
76	3	2	4	3	3	15	3	4	3	3	4	3	17	3.4	4	3	4	5	3	19	3.8
77	3	3	3	3	3	15	3	4	4	3	4	4	19	3.8	4	3	5	5	3	20	4
78	3	4	2	2	2	13	2.6	4	3	4	4	4	19	3.8	4	4	4	4	3	19	3.8
79	3	3	5	1	2	14	2.8	4	3	3	3	3	16	3.2	2	3	4	3	1	13	2.6
80	4	3	2	3	1	13	2.6	5	4	4	4	4	21	4.2	4	3	4	4	1	16	3.2
81	3	3	2	3	2	13	2.6	5	3	3	4	4	19	3.8	5	4	4	3	2	18	3.6
82	4	3	3	3	3	16	3.2	4	3	3	3	3	16	3.2	3	3	3	2	2	13	2.6
83	3	4	2	2	2	13	2.6	4	2	2	5	2	15	3	4	3	2	4	1	14	2.8
84	1	4	1	5	1	12	2.4	5	1	5	4	4	19	3.8	1	1	5	5	5	17	3.4



No	Religiuitas (X4)					Total	Mean	Perilaku Konumtif (Y)							Total	Mean
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5			Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7		
1	5	5	5	5	5	25	5	5	3	4	2	4	5	5	28	4
2	4	5	5	4	5	23	4.6	4	4	4	2	5	2	4	25	3.57
3	5	5	5	5	5	25	5	5	2	4	5	5	5	4	30	4.29
4	5	4	4	4	4	21	4.2	4	4	4	5	4	4	4	29	4.14
5	2	3	5	2	5	17	3.4	2	2	2	2	2	2	2	14	2
6	4	4	5	4	4	21	4.2	4	3	3	3	3	3	3	22	3.14
7	5	5	5	5	5	25	5	3	3	4	3	5	5	3	26	3.71
8	5	5	5	4	4	23	4.6	3	2	2	2	2	3	2	16	2.29
9	5	4	4	4	4	21	4.2	3	3	4	3	2	4	3	22	3.14
10	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	2	3	3	2	22	3.14
11	5	5	5	5	5	25	5	3	3	3	2	4	4	3	22	3.14
12	4	4	4	3	4	19	3.8	3	3	3	5	4	3	3	24	3.43
13	5	5	5	5	5	25	5	2	2	2	2	2	2	2	14	2
14	5	5	5	5	5	25	5	4	2	2	2	2	2	2	16	2.29
15	5	5	5	5	5	25	5	4	3	3	3	3	3	3	22	3.14
16	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	2	4	2	4	25	3.57
17	2	5	5	4	4	20	4	3	3	2	2	3	3	2	18	2.57
18	5	4	5	5	4	23	4.6	2	2	2	1	2	2	1	12	1.71
19	5	5	5	5	5	25	5	5	3	4	2	4	3	2	23	3.29
20	5	5	5	5	4	24	4.8	3	2	2	2	2	3	2	16	2.29
21	2	3	5	5	5	20	4	4	2	2	2	4	2	2	18	2.57
22	3	5	5	5	5	23	4.6	4	3	3	3	5	3	3	24	3.43
23	4	5	5	5	5	24	4.8	4	2	2	2	2	3	2	17	2.43

24	3	4	5	5	5	22	4.4	5	5	3	3	3	5	5	29	4.14
25	4	4	5	5	4	22	4.4	4	3	3	2	3	3	4	22	3.14
26	2	4	5	5	5	21	4.2	4	2	4	2	1	3	1	17	2.43
27	2	4	2	3	3	14	2.8	3	2	4	2	3	1	4	19	2.71
28	3	4	4	4	4	19	3.8	4	3	3	3	3	3	3	22	3.14
29	4	4	4	4	4	20	4	4	2	3	3	3	3	3	21	3
30	5	5	5	5	5	25	5	5	1	2	1	2	3	2	16	2.29
31	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	3	27	3.86
32	5	4	5	5	5	24	4.8	4	2	2	2	3	2	2	17	2.43
33	5	4	5	5	5	24	4.8	4	4	4	2	2	3	2	21	3
34	5	4	5	5	5	24	4.8	4	2	2	2	2	2	2	16	2.29
35	5	4	4	5	4	22	4.4	4	4	3	3	4	4	5	27	3.86
36	5	5	5	5	5	25	5	3	1	3	2	2	2	2	15	2.14
37	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	2	2	3	3	20	2.86
38	4	4	5	5	4	22	4.4	4	5	4	4	3	4	4	28	4
39	5	5	5	5	5	25	5	3	3	3	3	3	3	3	21	3
40	5	5	5	4	5	24	4.8	3	1	1	1	3	3	3	15	2.14
41	5	5	5	5	5	25	5	4	4	2	2	4	4	2	22	3.14
42	4	4	4	4	4	20	4	3	3	2	2	3	3	2	18	2.57
43	4	4	5	5	5	23	4.6	3	3	3	3	3	3	3	21	3
44	3	4	4	4	4	19	3.8	4	3	3	3	4	4	3	24	3.43
45	5	3	5	5	5	23	4.6	3	3	3	2	3	3	3	20	2.86
46	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	3	4	3	2	24	3.43
47	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	3	4	3	3	24	3.43
48	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	3	4	4	3	27	3.86





49	5	5	5	5	5	25	5	5	3	4	3	4	4	3	26	3.71
50	5	4	5	5	5	24	4.8	5	3	3	3	3	4	3	24	3.43
51	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	2	4	3	4	26	3.71
52	5	5	5	5	5	25	5	4	2	2	1	2	1	1	13	1.86
53	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	4	4	3	25	3.57
54	4	4	4	4	4	20	4	3	2	2	1	1	2	1	12	1.71
55	3	3	5	5	4	20	4	4	4	4	3	3	3	3	24	3.43
56	4	5	5	5	5	24	4.8	5	2	2	3	3	3	4	22	3.14
57	4	4	5	4	5	22	4.4	4	4	4	3	3	4	4	26	3.71
58	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	4	4	3	24	3.43
59	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	3	3	3	4	24	3.43
60	5	5	5	5	5	25	5	2	3	3	2	3	3	2	18	2.57
61	5	5	5	5	5	25	5	5	3	3	3	3	5	3	25	3.57
62	4	3	5	4	5	21	4.2	4	3	4	3	3	3	3	23	3.29
63	5	5	5	5	5	25	5	2	3	3	2	3	3	2	18	2.57
64	5	5	5	5	5	25	5	2	3	2	1	3	3	1	15	2.14
65	5	5	5	5	5	25	5	4	2	2	2	3	3	3	19	2.71
66	5	4	5	5	5	24	4.8	3	3	3	5	3	4	3	24	3.43
67	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	28	4
68	5	5	5	4	5	24	4.8	4	3	2	2	3	2	2	18	2.57
69	4	5	5	5	5	24	4.8	4	4	2	2	4	2	4	22	3.14
70	5	5	5	5	5	25	5	4	3	3	2	3	3	2	20	2.86
71	5	5	5	5	5	25	5	4	2	1	1	2	2	1	13	1.86
72	4	5	5	5	5	24	4.8	3	2	3	2	2	3	3	18	2.57
73	4	4	4	4	5	21	4.2	3	3	3	2	3	3	3	20	2.86





74	5	5	5	4	5	24	4.8	3	3	3	2	2	3	2	18	2.57
75	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	4	4	4	4	29	4.14
76	4	5	5	4	5	23	4.6	4	3	3	3	4	4	3	24	3.43
77	5	5	5	5	5	25	5	4	3	3	3	2	3	2	20	2.86
78	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	4	4	3	25	3.57
79	5	5	5	5	5	25	5	4	2	3	3	4	3	3	22	3.14
80	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	1	1	3	3	19	2.71
81	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	3	4	3	3	24	3.43
82	5	4	4	5	5	23	4.6	5	3	3	2	3	3	2	21	3
83	5	5	5	5	5	25	5	2	2	3	2	4	3	3	19	2.71
84	5	4	4	4	5	22	4.4	5	1	5	5	1	5	5	27	3.86



#### LAMPIRAN 4. UJI VALIDITAS INSTRUMEN

##### Uji Validitas X1

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TX.1
X1.1	Pearson Correlation	1	.396**	.275*	.061	.242*	.588**
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.584	.026	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X1.2	Pearson Correlation	.396**	1	.257*	.299**	.354**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000		.018	.006	.001	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X1.3	Pearson Correlation	.275*	.257*	1	.308**	.392**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.011	.018		.004	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X1.4	Pearson Correlation	.061	.299**	.308**	1	.492**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.584	.006	.004		.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X1.5	Pearson Correlation	.242*	.354**	.392**	.492**	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.026	.001	.000	.000		.000
	N	84	84	84	84	84	84
TX.1	Pearson Correlation	.588**	.680**	.692**	.639**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

##### Uji validitas X2

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TX.2
X2.1	Pearson Correlation	1	.376**	.396**	.450**	.549**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X2.2	Pearson Correlation	.376**	1	.371**	.237*	.361**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.030	.001	.000



	N	84	84	84	84	84	84
X2.3	Pearson Correlation	.396**	.371**	1	.407**	.386**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X2.4	Pearson Correlation	.450**	.237*	.407**	1	.494**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.030	.000		.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X2.5	Pearson Correlation	.549**	.361**	.386**	.494**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	84	84	84	84	84	84
TX.2	Pearson Correlation	.738**	.646**	.712**	.734**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Uji Validitas X3

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TX.3
X3.1	Pearson Correlation	1	.408**	.133	.467**	.115	.646**
	Sig. (2-tailed)		.000	.227	.000	.299	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X3.2	Pearson Correlation	.408**	1	.339**	.325**	.223*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.003	.041	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X3.3	Pearson Correlation	.133	.339**	1	.339**	.209	.631**
	Sig. (2-tailed)	.227	.002		.002	.057	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X3.4	Pearson Correlation	.467**	.325**	.339**	1	.339**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.002		.002	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X3.5	Pearson Correlation	.115	.223*	.209	.339**	1	.571**
	Sig. (2-tailed)	.299	.041	.057	.002		.000
	N	84	84	84	84	84	84
TX.3	Pearson Correlation	.646**	.690**	.631**	.748**	.571**	1



Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	84	84	84	84	84	84

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas X4

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TX.4
X4.1	Pearson Correlation	1	.507**	.332**	.487**	.398**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X4.2	Pearson Correlation	.507**	1	.409**	.430**	.430**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X4.3	Pearson Correlation	.332**	.409**	1	.594**	.721**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X4.4	Pearson Correlation	.487**	.430**	.594**	1	.522**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
X4.5	Pearson Correlation	.398**	.430**	.721**	.522**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	84	84	84	84	84	84
TX.4	Pearson Correlation	.777**	.735**	.751**	.786**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Validitas Y

### Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	TY.1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.197	.297**	.274*	.217*	.326**	.383**	.538**
	Sig. (2-tailed)		.072	.006	.012	.048	.002	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y1.2	Pearson Correlation	.197	1	.492**	.320**	.466**	.358**	.384**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.072		.000	.003	.000	.001	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y1.3	Pearson Correlation	.297**	.492**	1	.521**	.309**	.452**	.536**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000		.000	.004	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y1.4	Pearson Correlation	.274*	.320**	.521**	1	.396**	.597**	.556**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.012	.003	.000		.000	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y1.5	Pearson Correlation	.217*	.466**	.309**	.396**	1	.345**	.441**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.048	.000	.004	.000		.001	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y1.6	Pearson Correlation	.326**	.358**	.452**	.597**	.345**	1	.509**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.000	.001		.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Y1.7	Pearson Correlation	.383**	.384**	.536**	.556**	.441**	.509**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
TY.1	Pearson Correlation	.538**	.656**	.740**	.759**	.659**	.733**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84	84	84

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).





**LAMPIRAN 5. UJI RELIABILITAS**

Uji Reliabilitas X1

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.688	5

Uji Reliabilitas X2

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	5

Uji Reliabilitas X3

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	5

Uji Reliabilitas X4

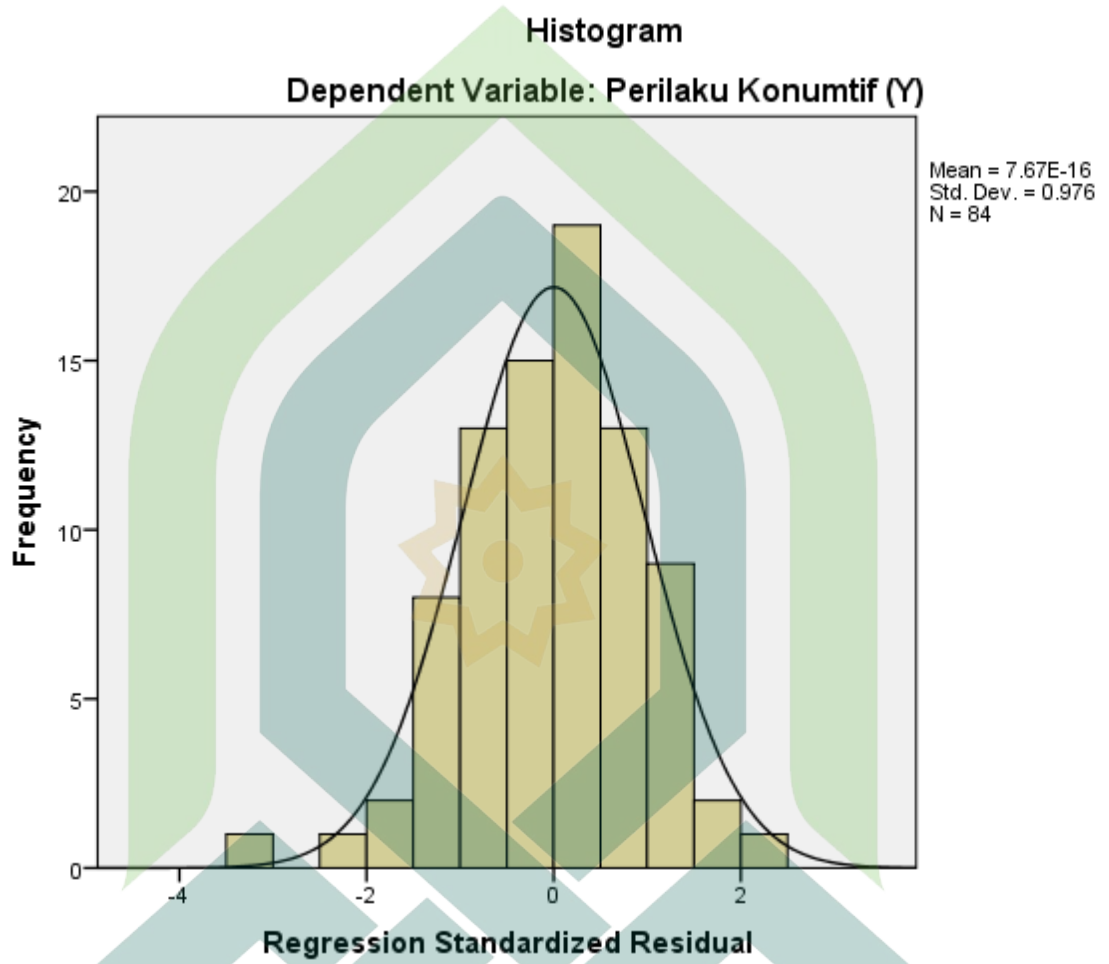
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	5



LAMPIRAN 6. UJI ASUMSI KLASIK

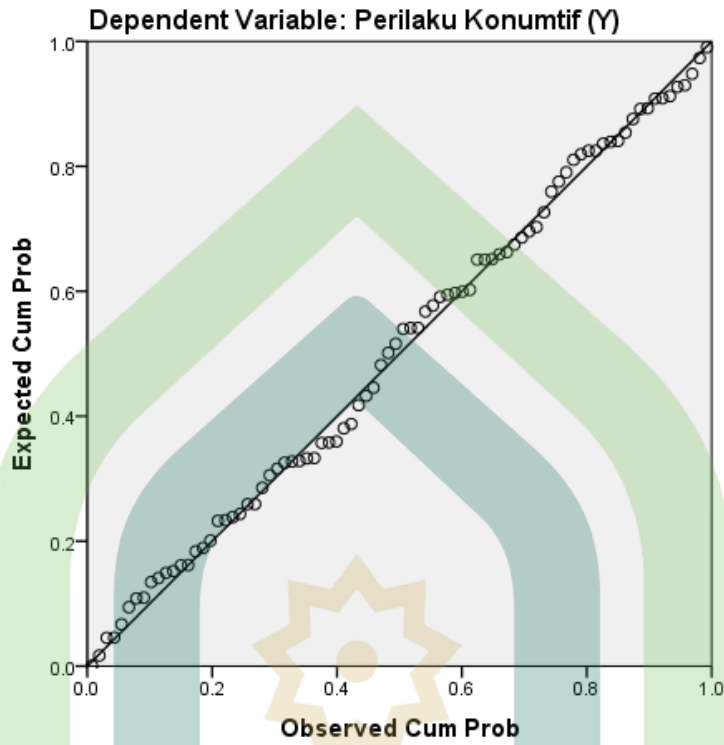
1. Uji Normalitas







Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Multikolonieritas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.00389014
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.048
	Negative	-.042
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

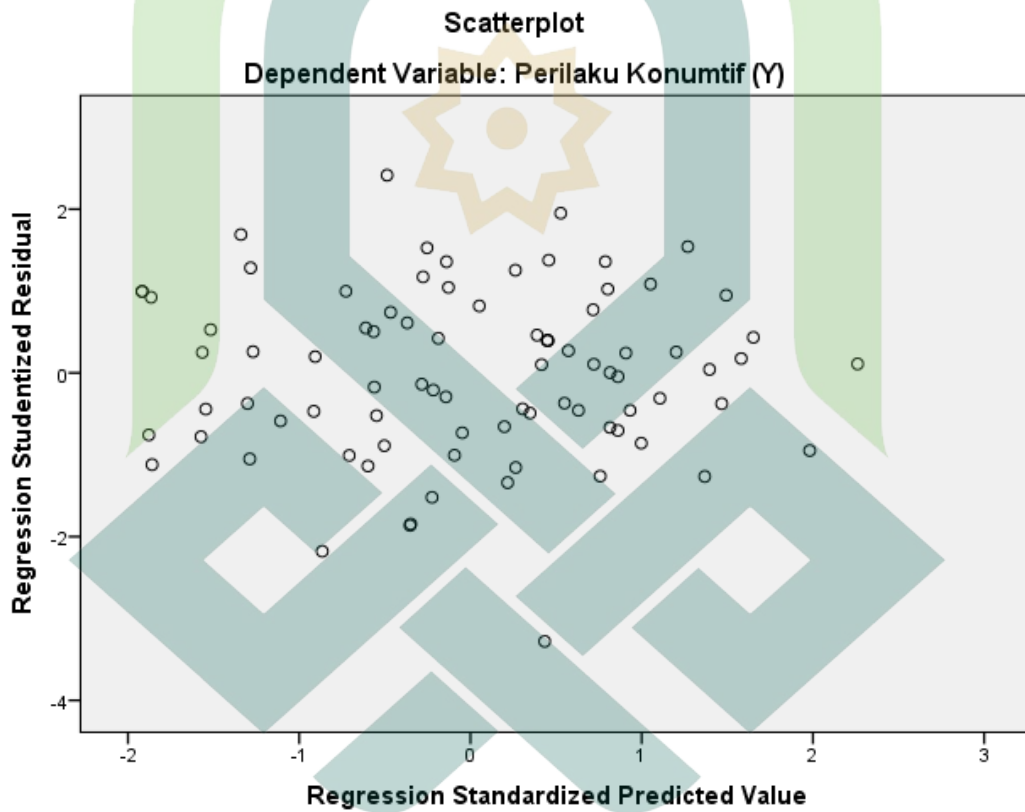
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.784	3.927		1.473	.145		
Gaya Hidup (X1)	.841	.146	.610	5.765	.000	.522	1.917
Media Sosial (X2)	.301	.135	.231	2.228	.029	.542	1.844
Lingkungan Sosial (X3)	-.070	.142	-.052	-.496	.621	.539	1.855
Religiuitas (X4)	-.029	.163	-.015	-.178	.859	.782	1.279

a. Dependent Variable: Perilaku Konumtif (Y)

### 3. Uji Heteroskedastitas





#### 4. Uji Gleser

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.310	2.230		.587	.559
	Gaya Hidup (X1)	-.139	.083	-.253	-1.684	.096
	Media Sosial (X2)	.008	.077	.015	.099	.921
	Lingkungan Sosial (X3)	.102	.080	.187	1.266	.209
	Religiuitas (X4)	.058	.092	.077	.627	.533

a. Dependent Variable: Abs\_RES



## LAMPIRAN 7. REGRESI LINEAR BERGANDA

### Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.784	3.927		1.473	.145
	Gaya Hidup (X1)	.841	.146	.610	5.765	.000
	Media Sosial (X2)	.301	.135	.231	2.228	.029
	Lingkungan Sosial (X3)	-.070	.142	-.052	-.496	.621
	Religiusitas (X4)	-.029	.163	-.015	-.178	.859

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	874.050	4	218.512	23.049	.000 <sup>b</sup>
	Residual	748.939	79	9.480		
	Total	1622.988	83			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

b. Predictors: (Constant), Religiusitas (X4), Gaya Hidup (X1), Media Sosial (X2), Lingkungan Sosial (X3)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 <sup>a</sup>	.539	.515	3.079

a. Predictors: (Constant), Religiusitas (X4), Gaya Hidup (X1), Media Sosial (X2), Lingkungan Sosial (X3)

LAMPIRAN 8. SURAT PERNYATAAN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan  
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : B.0205/In.30/F.IV/TT.00/03/2020  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

02 Maret 2020

Kepada Yth,  
Kepala Desa Sidosari Kec. Kesesi Kab. Pekalongan

di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Silviani  
NIM : 2013116274

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja (Studi Kasus Remaja Desa Sidosari Kec. Kesesi Kab. Pekalongan)".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*



Dekan  
Shinta Dewi Rismawati



**PEMERINTAH KABUPATEN PEKALONGAN  
KECAMATAN KESESI  
DESA SIDOSARI**

*Jl. Kyai Tuan No.01 Sidosari - Kesesi - Pekalongan Kode Pos 51162*

**SURAT KETERANGAN**

NO. : 462 / 19 / XI / 2020

1. Yang bertanda tangan dibawah ini :
- a. Nama : TRIYO HARYOSO
  - b. Jabatan : Pj. Kepala Desa Sidosari  
Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan.

Dengan ini menerangkan bahwa :

- a. Nama : SILVIYANI
- b. Tempat/Tgl. Lahir : Pekalongan, 12-02-1998
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- d. Kebangsaan & Agama : Indonesia & Islam
- e. Status Perkawinan : Belum Kawin
- f. Pekerjaan : -
- g. Alamat : Dusun Pendil, RT 002 /RW 001  
Desa Sidosari Kec Kesesi Kab Pekalongan

- Surat keterangan ini akan digunakan sebagai lampiran skripsi.

- Benar bahwa nama tersebut diatas adalah Penduduk Desa Sidosari, Kecamatan Kesesi, Kabupaten Pekalongan, dan nama tersebut sudah melaksanakan Penelitian di Bidang Ekonomi di di Desa Sidosari, Kecamatan Kesesi, Kabupaten Pekalongan pada tanggal 4 s/d 16 Maret 2020.

2. Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya dan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Sidosari, 6 November 2020  
Pj. KEPALA DESA SIDOSARI  
KEPALA DESA  
SIDOSARI  
TRIYO HARYOSO







## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri

Nama : Silviyani  
Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 12 Februari 1998  
Alamat : Dukuh Pendil RT/RW 002/001  
Desa Sidosari Kecamatan Kesesi  
Kabupaten Pekalongan  
Email : [silviyani1998@gmail.com](mailto:silviyani1998@gmail.com)

### Riwayat Pendidikan

1. SD N 01 Sidosari : Lulus Tahun 2010
2. SMP N 3 Kesesi : Lulus Tahun 2013
3. SMA N 1 Kesesi : Lulus Tahun 2016
4. IAIN Pekalongan : Lulus Tahun 2020

### Identitas Orang Tua

Bapak : Wahidin  
Pekerjaan : Pedagang  
Ibu : Sutarmi  
Pekerjaan : Pedagang  
Alamat : Dukuh Pendil RT/RW 002/001  
Desa Sidosari Kecamatan Kesesi  
Kabupaten Pekalongan





KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma bangsa No.9 Pekalongan. Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418  
Website : perpustakaan iain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iain pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : SILVIYANI  
NIM : 2013116274  
Fakultas/Jurusan : FEBI/ EKONOMI SYARIAH

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 (.....)

**PENGARUH GAYA HIDUP, MEDIA SOSIAL, LINGKUNGAN SOSIAL, DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI DESA  
SIDOSARI KESESI KABUPATEN PEKALONGAN.**

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

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, November 2020



SILVIYANI  
NIM. 2013116274

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.