

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, *TREND OUTFIT*, GAYA HIDUP  
DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi di Pekalongan)**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**AYU LARASATI**

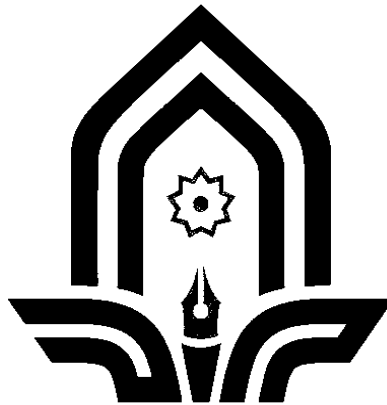
**NIM. 4119150**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2023**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, *TREND OUTFIT*, GAYA HIDUP  
DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi di Pekalongan)**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**AYU LARASATI**

**NIM. 4119150**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Ayu Larasati**

NIM : 4119150

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, *Trend Outfit*, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Perguruan Tinggi di Pekalongan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 23 Juni 2023

Yang Menyatakan,



**AYU LARASATI**  
NIM. 4119150

## NOTA PEMBIMBING

**Agus Arwani, M.Ag**

Prawasan Barat RT 02/RW 07, Kec. Kedungwuni, Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar)

Hal : naskah Skripsi Sdri. Ayu Larasati

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan

c/q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

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

Nama : **Ayu Larasati**

NIM : 4119150

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, *Trend Outfit*, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Perguruan Tinggi di Pekalongan)

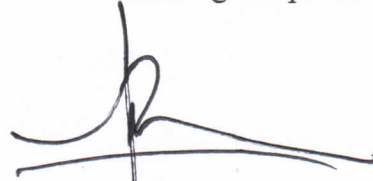
Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

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

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pekalongan, 23 Juni 2023

Pembimbing Skripsi



**Agus Arwani, M.Ag**  
NIP. 19760807 201412 1 002



### PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

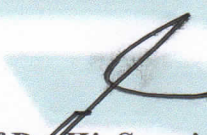
Nama : Ayu Larasati  
NIM : 4119150  
Judul Skripsi : **Pengaruh Media Sosial, *Trend Outfit*, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Perguruan Tinggi di Pekalongan)**

Dosen Pembimbing : Agus Arwani, M.Ag

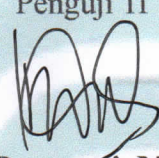
Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 18 Juli 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji 1

  
**Prof Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag**  
NIP 19750211 199803 2 001

Penguji II

  
**Indah Purwanti, M.T**  
NIP 19870107 201903 2 011

Pekalongan, 24 Juli 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**  
NIP. 197502201999032001

## **MOTTO**

*“Janganlah bersedih, karena sesungguhnya Allah bersama kita”*

**(Q.S At-Taubah Ayat 40)**

“Kendalikan pengeluaranmu, berhemat adalah cara terbaik untuk meraih tujuan keuangan”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

**(Boy Candra)**

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan, nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia Pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini banyak mendapatkan dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Sudarman dan Ibu Suci Budiarti. Terima kasih untuk kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan limpahan kasih sayang dan doa yang tiada henti. Dengan perjuangan, pengorbanan, kerja keras dan semangat yang terus mengalir dari keduanya sehingga memotivasi saya untuk terus maju dan sampai pada titik sekarang ini yang tentunya tidak mudah.
2. Saudaraku Bambang Urip Sugiarto dan Indah Berthy Sepdwiyanti yang senantiasa memberikan semangat, serta keponakanku Farzana Kaifiya dan Rafanza Kavaya yang selalu menghibur.
3. Almameter saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Dosen pembimbing Bapak Agus Arwani, M.Ag, yang senantiasa memberikan saran, bimbingan dan pengarahan selama proses awal sampai akhir dalam penyusunan skripsi ini dengan penuh kesabaran.
5. Dosen wali Bapak Ahmad Sukron, M.E.I, yang telah memberikan saran untuk judul penelitian saya.
6. Sahabat-sahabatku Khoirunnazilah, Nurwanti, Mita Melati Retno Mandalin, Duwi Utami, Maghfirotul Janah dan Anggita Nanda Oktaviani, yang telah menemani, memberikan semangat serta dukungan dalam proses penulisan skripsi ini.
7. Adit Pramugianto, seseorang yang saya temui di tahun 2017. Terima kasih sudah menjadi tempat keluh kesah saya dari awal masa perkuliahan saya sampai proses penulisan skripsi ini dan terima kasih senantiasa memberikan semangat serta dukungan.
8. Iqbaal Dhiyafakhri Ramadhan selaku idola saya sejak 2011 yang selalu menjadi panutan karena prestasinya dan penyemangat disaat saya merasa Lelah.
9. Rayyanza Malik Ahmad, keponakan virtual dengan video-video kelucuannya yang selalu menjadi *mood booster* penulis dalam proses mengerjakan skripsi.
10. Tiara Andini dan Mahalini Raharja dengan karya dan alunan musiknya yang selalu menemani dan menambah semangat penulis dalam mengerjakan skripsi.



## ABSTRAK

**Larasati, Ayu. Pengaruh Media Sosial, Trend Outfit, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Perguruan Tinggi Di Pekalongan). Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah. Pembimbing : Agus Arwani, M.Ag.**

Melihat fenomena sekarang ini yaitu dengan bertambah maju perkembangan teknologi, dimana media sosial semakin canggih. Apalagi remaja sekarang ini khususnya mahasiswa sangat aktif di media sosial. Hal tersebut cenderung dapat menyebabkan seorang remaja memiliki perilaku konsumtif dikarenakan ingin selalu berpenampilan menarik dan mengikuti trend fashion saat ini. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh media sosial, *trend outfit*, gaya hidup dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa aktif fakultas ekonomi dan bisnis dari 3 perguruan tinggi di Pekalongan. Sampel pada penelitian ini berjumlah 98 mahasiswa. Teknik analisis yang digunakan adalah uji instrumen yaitu dengan uji validitas dan reliabilitas, kemudian menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, lalu uji hipotesis yang digunakan yaitu dengan uji t dan uji F dan yang terakhir yaitu uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan ada beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya, seperti objek, jumlah sampel dan hasil analisis. Pada penelitian-penelitian sebelumnya variabel yang paling berpengaruh yaitu media sosial, namun berbeda dengan penelitian ini bahwa media sosial dan literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sedangkan *trend outfit* dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Secara parsial nilai signifikansi media sosial sebesar 0,403, *trend outfit* sebesar 0,010, gaya hidup sebesar 0,000 dan literasi keuangan syariah sebesar 0,729. Secara simultan signifikan terdapat pengaruh media sosial, *trend outfit*, gaya hidup dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil perhitungan regresi diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 0,554, hasil ini memiliki arti bahwa 55,4% variabel Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel media sosial, *trend outfit*, gaya hidup dan literasi keuangan syariah sedangkan sisanya sebesar 44,6% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** Media Sosial, *Trend Outfit*, Gaya Hidup, Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif.

## ABSTRACT

**Larasati, Ayu.** *The Influence Of Social Media, Outfit Trends, Lifestyle And Islamic Financial Literacy On Student Consumptive Behavior (Case Study On Students Of The Faculty Of Economics And Business Of Higher Education In Pekalongan).* Final Project Faculty of Islamic Economics and Business Sharia Economics of UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Advisor: Agus Arwani, M.Ag.

*Looking at the current phenomenon, namely with the advancement of technology, where social media is increasingly sophisticated. Moreover, today's teenagers, especially students, are very active on social media. This tends to cause a teenager to have consumptive behavior because they want to always look attractive and follow current fashion trends. The purpose of this study is to determine the effect of social media, outfit trends, lifestyle and financial literacy on student consumptive behavior.*

*This research is a type of quantitative research. Data collection techniques through distributing questionnaires. The population in this study were all active students of the faculty of economics and business from 3 universities in Pekalongan. The sample in this study amounted to 98 students. The analysis technique used is the instrument test, namely the validity and reliability tests, then using the classical assumption test, multiple linear regression analysis, then the hypothesis test used, namely the t test and the F test and the last is the coefficient of determination ( $R^2$ ) test with the help of SPSS 26.*

*The results of this study indicate that there are several differences with previous studies, such as the object, sample size and analysis results. In previous studies, the most influential variable is social media, but in contrast to this study that social media and Islamic financial literacy have no effect on student consumptive behavior while outfit trends and lifestyle affect student consumptive behavior. Partially, the significance value of social media is 0.403, trend outfit is 0.010, lifestyle is 0.000 and Islamic financial literacy is 0.729. Simultaneously, there is a significant influence of social media, outfit trends, lifestyle and Islamic financial literacy on student consumptive behavior with a significance value of 0.000. The results of the regression calculation show that the coefficient of determination ( $R$  square) is obtained at 0.554, this result means that 55.4% of Consumptive Behavior variables can be explained by social media variables, outfit trends, lifestyle and Islamic financial literacy while the remaining 44.6% is explained by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** Social Media, Trend Outfit, Lifestyle, Islamic Financial Literacy and Consumptive Behavior.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT. Karena atas berkat dan rahmat-Nya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalonga. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H, selaku Dekan FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Muhammad Aris Safi'I, M.E.I, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Agus Arwani, M.Ag, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Sukron, M.E.I, selaku Dosen Penasihat Akademik (DPA)
6. Pihak UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan dan Universitas Pekalongan, yang telah memberikan izin untuk penelitian ini dan membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.

7. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Sudarman dan Ibu Suci Budiarti yang telah memberikan dukungan, motivasi, do'a dan bimbingan kepada penulis.
8. Saudaraku Bambang Urip Sugiarso, yang telah memberikan semangat.
9. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu serta memberikan semangat dan dukungan kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 23 Juni 2023

Penulis,



**Ayu Larasati**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TRANSLITERASI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Batasan Masalah.....	12
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	13
E. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II KERANGKA TEORI .....</b>	<b>16</b>
A. Landasan Teori.....	16
1. <i>Grand Theory</i> .....	16
2. Perilaku Konsumtif .....	18
3. Media Sosial.....	23
4. <i>Trend Outfit</i> .....	27
5. Gaya Hidup .....	30
6. Literasi Keuangan Syariah .....	38
B. Telaah Pustaka .....	42
C. Kerangka Berpikir .....	50
D. Hipotesis Penelitian.....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	57
B. Setting Penelitian .....	57
C. Variabel Penelitian .....	58

D. Definisi Operasional Variabel.....	58
E. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel .....	60
F. Instrument Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data .....	62
G. Sumber Data.....	64
H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	64
1. Uji Instrument Penelitian .....	65
2. Uji Asumsi Klasik .....	66
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
4. Uji Hipotesis .....	68
5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
A. Deskripsi Data .....	71
1. Deskripsi Data Penelitian .....	71
2. Karakteristik Responden .....	72
B. Analisis Data .....	74
1. Uji Instrument Penelitian .....	74
2. Uji Asumsi Klasik .....	77
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	81
4. Uji Hipotesis .....	82
C. Pembahasan .....	86
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>.....</b>
A. Kesimpulan .....	.....
B. Keterbatasan Penelitian .....	.....
C. Implikasi.....	.....
D. Saran .....	.....
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>
1. Lampiran 1 .....	I
2. Lampiran 2 .....	VIII
3. Lampiran 3 .....	XII
4. Lampiran 4 .....	XXII
5. Lampiran 5 .....	XXIII
6. Lampiran 6 .....	XXVI

## PEDOMAN TRANSLITERASI

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	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	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	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
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	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

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



### 3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأاةجميلة	ditulis	<i>mar'atun jamīlah</i>
------------	---------	-------------------------

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة	ditulis	<i>fāṭimah</i>
-------	---------	----------------

### 4. Syaddad (tasydid, geminasi)

5. Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddad* tersebut. Contoh:

ربنا	ditulis	<i>rabbānā</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

### 6. Kata sandang (artikel)

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

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

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

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

### 7. 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	ditulis	<i>umirtu</i>
شئ	ditulis	<i>syai`un</i>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Perguruan Tinggi di Pekalongan .....	2
Tabel 2.1	Dimensi Pengukuran Gaya Hidup .....	32
Tabel 2.2	Telaah Pustaka .....	42
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	58
Tabel 3.2	Data 3 Perguruan Tinggi dan Jumlah Mahasiswa FEB .....	61
Tabel 3.3	Tabel Skala Instrumen .....	63
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	72
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Usia .....	72
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Fakultas dan Asal Universitas .....	73
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Semester Mahasiswa .....	73
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Domisil .....	74
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas .....	75
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	76
Tabel 4.8	Hasil Uji Test Kolmogorov Smirnov .....	77
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolonieritas .....	78
Tabel 4.10	Hasil Uji Linieritas 1 .....	79
Tabel 4.11	Hasil Uji Linieritas 2 .....	79
Tabel 4.12	Hasil Uji Linieritas 3 .....	80
Tabel 4.13	Hasil Uji Linieritas 4 .....	80
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	81
Tabel 4.15	Hasil Uji t (Parsial) .....	82
Tabel 4.16	Hasil Uji F (Simultan) .....	85
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	50
Gambar 3.1 Grafik Uji t .....	69
Gambar 3.2 Grafik Uji F .....	70
Gambar 4.1 Scatter Plot .....	78
Gambar 4.2 Kurva Hasil Uji t Variabel X1 .....	83
Gambar 4.3 Kurva Hasil Uji t Variabel X2 .....	83
Gambar 4.4 Kurva Hasil Uji t Variabel X3 .....	84
Gambar 4.5 Kurva Hasil Uji t Variabel X4 .....	84
Gambar 4.6 Kurva Hasil Uji F (Simultan) .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	I
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden .....	VIII
Lampiran 3 Hasil Perhitungan SPSS 26.....	XII
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian .....	XXII
Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian .....	XXIII
Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian .....	XXIV
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup .....	XXVI

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pendidikan mempunyai tujuan mempersiapkan manusia seutuhnya dan membantu menciptakan tenaga kerja yang siap untuk melakukan tugasnya, serta mengembangkan warga negara yang baik. Pendidikan pada Perguruan Tinggi diselenggarakan bertujuan untuk melanjutkan pendidikan dengan gelar diploma atau sarjana, mempersiapkan warga negara agar mereka bisa belajar dan menjadi warga negara yang lebih baik untuk di masa depan yang akan datang dan juga membantu lulusan menjadi warga negara yang baik. (Alpian et al., 2019)

Berdasarkan dari data PDDikti Kota Pekalongan memiliki beberapa Perguruan Tinggi yaitu diantaranya UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, ITS NU Pekalongan, Politeknik PUSMANU, Universitas Pekalongan (UNIKAL), Akademi Kebidanan Harapan Ibu Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan (UMPP), STAIKAP Pekalongan, PSDKU UNDIP Pekalongan, STMIK Widya Pratama, Akademi Analis Kesehatan (AAK) Pekalongan. Kota Pekalongan memang bukan daerah besar di Provinsi Jawa Tengah namun perkembangan dari Perguruan Tinggi di Pekalongan cukup pesat, yaitu dengan kemajuan dari kampus IAIN Pekalongan yang sekarang sudah resmi menjadi UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan lalu beberapa kampus Muhammadiyah yang telah diresmikan menjadi satu nama menjadi Universitas

Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan. Sekalipun Perguruan Tinggi di Pekalongan tidak sebanyak Perguruan Tinggi di kota lain tetapi beberapa kampus tersebut terus memberikan inovasi terbaik bagi setiap mahasiswa.

Dari data PDDikti dari sekian banyaknya Perguruan Tinggi di Pekalongan tentunya terdapat banyak fakultas serta program studi dari masing-masing Perguruan Tinggi yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Perguruan Tinggi di Pekalongan

No.	Nama Perguruan Tinggi	Jumlah Fakultas	Jumlah Prodi
1	UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan	4	24
2	Universitas Pekalongan	9	17
3	Akademi Kebidanan Harapan Ibu Pekalongan	1	1
4	Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan	3	17
5	STAIKAP Pekalongan	1	2
6	PSDKU UNDIP Pekalongan	1	2
7	STMIK Widya Pratama Pekalongan	1	4
8	Akdemi Analis Kesehatan Pekalongan	1	1

Sumber : Data diolah, 2023.

Dalam penulisan skripsi ini diambil 3 Perguruan Tinggi di Pekalongan yang terdapat Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai objek penelitian, yaitu Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan. Alasan memilih 3 Perguruan Tinggi tersebut karena termasuk Perguruan Tinggi yang paling banyak diminati di Kota Pekalongan dan tentunya memiliki akreditasi yang cukup baik. Penulis memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai penelitian skripsi ini.

Pada hakikatnya manusia merupakan *homo economicus*, artinya manusia adalah sosok yang berpikir logis dan bebas ketika memastikan pilihan yang ditujukan untuk memperoleh suatu tujuan. Namun pada realitanya, perilaku manusia seringkali mengarah pada konsumsi yang boros atau memanjakan diri sendiri. (Septiana, 2020)

Menurut (Rasyid, 2019) perilaku adalah apa yang seorang individu lakukan seperti bagaimana bergerak dan apa yang katakan. Orang melakukan hal yang berbeda terkadang karena mereka ingin merasa bahagia atau merasa nyaman dengan diri mereka sendiri. Inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif. Beberapa orang mungkin ingin mengkonsumsi barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan oleh mereka, hanya untuk merasakan kesenangan darinya. Sedangkan menurut (Idris, 2022) perilaku konsumtif yaitu perilaku dari individu untuk memakai beberapa barang dan jasa melampaui batas hanya untuk kepuasan dan kesenangan diri sendiri tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya.

Perilaku konsumtif adalah ketika seseorang melakukan tindakan untuk mendapatkan hal-hal yang mereka butuhkan, seperti uang atau makanan. Hal ini dapat dilakukan oleh siapapun, dan sering terjadi karena manusia di dunia sekarang ini terlalu fokus untuk mendapatkan kesenangan daripada kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku seperti ini sering dilakukan terlalu banyak, tanpa memikirkan bagaimana orang atau benda lain dapat terpengaruh. Hal ini sering disebut dengan perilaku konsumtif, karena digunakan sebagai cara untuk berusaha mendapatkan kesenangan atau

kebahagiaan dari hal-hal yang sebenarnya tidak memuaskan dalam jangka panjang. (Assaad, 2016)

Dari beberapa definisi diungkapkan oleh peneliti terdahulu jadi peneliti menyimpulkan perilaku konsumtif merupakan suatu kegiatan dari individu yang sifatnya berlebihan atau boros yang cenderung memprioritaskan keinginan diri sendiri dari pada kebutuhan.

Dampak kemajuan teknologi dapat dilihat pada perubahan gaya hidup dan kecenderungan masyarakat untuk selalu aktif menggunakan internet. Hal ini dikarenakan teknologi memudahkan manusia untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Teknologi informasi ialah teknologi modern yang dapat dimanfaatkan untuk menggabungkan berbagai data, informasi, dan sumber untuk dijadikan pengetahuan. Dengan kemajuan dan perkembangan teknologi khususnya dalam hal telekomunikasi dan media informasi, perubahan tersebut dapat mempengaruhi hubungan sosial suatu masyarakat. (R. K. Sari & Subaida, 2019)

Beberapa kelompok menggunakan platform media sosial untuk terhubung dengan teman dan berbagi informasi, tetapi juga dapat memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan dan menjual produk bagi seseorang yang memiliki bisnis. Hal ini dikarenakan adanya peluang untuk menjual produk secara online di era digital, dan penggunaan teknologi telah mempermudah kegiatan tersebut. Salah satu contoh perkembangan teknologi yang cukup signifikan adalah maraknya



smartphone dan gadget lainnya yang menyebabkan meningkatnya aktivitas di dunia maya seperti belanja online (R. K. Sari & Subaida, 2019)

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Windy Arini memperoleh hasil bahwa media sosial berpengaruh kepada perilaku konsumtif masyarakat. (Arini, 2021). Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Dewi disimpulkan bahwa media sosial adalah cara berkomunikasi dengan orang lain melalui *email*, chat, atau sarana lainnya, tanpa harus berada di tempat atau waktu yang sama. (Oktaviani, 2019)

Tingginya tingkat konsumsi perkotaan dipengaruhi oleh tingginya tingkat kebutuhan individu sehari-hari yang dimiliki manusia. Ini termasuk kebutuhan kelas atas dan kelas bawah, yang memiliki preferensi berbeda untuk apa yang mereka beli. Hal ini pada gilirannya mempengaruhi penawaran dan permintaan pasar. Sebagai contoh salah satu produk yang banyak permintaan dari masyarakat yaitu produk fashion. (Mustomi & Puspasari, 2020)

Fashion merupakan istilah yang sering digunakan didalam kehidupan sehari-hari, dan itu bisa merujuk pada pakaian atau apapun yang populer di masyarakat. Beberapa tahun terakhir, trend fashion di Indonesia adalah perkembangan fashion muslim. Wanita muslim di Indonesia berdandan dalam berbagai gaya pakaian, antara lain gamis, *blouse*, kulot, rok tutu, rok mayung plisket, kameja monalisa hijab bella square, dan masih banyak yang lain. Busana ini bisa digunakan untuk segala acara, tergantung siapa yang akan memakainya. (Dola Asmita, 2019)

Karakteristik pribadi seperti usia, gaya hidup dan juga konsep diri juga mempengaruhi seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa juga dipengaruhi oleh. Persepsi yang berbeda terhadap informasi yang diperoleh dari media ini dapat menimbulkan pilihan yang berbeda bagi mahasiswa. Misalnya, iklan dapat menargetkan mahasiswa dengan janji manfaat potensial yang terkait dengan produk yang diiklankan, seperti menjadikan penampilan yang lebih baik. Perkembangan *outfit/fashion* yang ditampilkan di media sosial juga menimbulkan budaya konsumsi yang tinggi di kalangan mahasiswa. (Dola Asmita, 2019)

Salah satu contoh yaitu penggunaan jilbab, penggunaan jilbab oleh remaja dalam beberapa tahun terakhir meningkat, dan tren ini juga terlihat di kalangan ibu-ibu.. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh semakin populernya fashion dan kecenderungan tren yang berubah dengan cepat. Banyak orang kini rela mengeluarkan banyak uang untuk membeli pakaian modis, meski mungkin sebenarnya mereka tidak membutuhkannya, agar terlihat bagus. Tekanan untuk membelanjakan uang ini dapat berdampak negatif pada masyarakat, karena dapat menyebabkan seseorang mengeluarkan uang terlalu banyak untuk hal-hal yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Mereka tidak ragu-ragu atau berpikir panjang mengeluarkan uang lebih untuk menunjang penampilan. (Rahma, 2019)

Tidak ada salahnya mengikuti mode dalam hal pakaian, tetapi jika seseorang melakukan ini sampai menghabiskan uang lebih dari yang seharusnya, maka itu tidak dianjurkan dalam Islam. Jika perilaku ini terus

berlanjut, mereka mungkin telah melakukan tindakan yang mengerikan yaitu mubadzir, dan Allah sudah berfirman dalam Al-Qur'an yaitu pada surah Al-Isra' ayat 27 yang isinya : *“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”*. Agama Islam pastinya ada batasan tertentu berapa banyak yang bisa kita belanjakan, dan ini termasuk larangan "israf" atau pengeluaran berlebihan. Dalam Islam tentunya akan tetap memperkenankan seseorang agar menikmati hidup, selama ia masih pada batas yang wajar walaupun Perilaku *“israf”* sendiri diharamkan meskipun barang yang dibeli halal (Rahma, 2019). Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosita Handayani menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh fashion hijab terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. (Rosita 2019)

Perubahan sosial dan ekonomi dalam masyarakat disebabkan oleh perbedaan gaya hidup dari generasi ke generasi. Hal ini bisa menjadi kabar baik bagi pemasar, yang dapat menyesuaikan produknya agar sesuai dengan kebutuhan pasar sasaran. (Aini & Andjarwati, 2020). Bagi remaja, gaya hidup yang berpedoman pada trend saat ini merupakan cara yang paling tepat untuk berpartisipasi dalam kehidupan kelompok sosial yang diinginkan, misalnya dengan menjaga penampilan, agar selalu tampil menarik di depan orang lain dan di lingkungannya, terutama di lingkungannya. lingkungan mereka, untuk menemukan pengakuan mereka sendiri. kelompok sebaya Remaja yang membeli produk baru memiliki

harapan bahwa produk yang dibelinya akan meningkatkan reputasinya di mata teman atau teman sebayanya. Selain itu, beberapa remaja tidak memiliki penghasilan sendiri atau penghasilan tetap dan terkadang masih berjuang untuk mengatur keuangannya dengan baik. Kebiasaan membeli secara berlebihan tersebut dapat membuat semakin banyaknya pengeluaran remaja. (Ritonga & Adiati, 2022)

Menurut (Budianti et al., 2017) memaparkan bahwa orang yang memiliki gaya hidup lebih mewah lebih cenderung mengkonsumsi lebih banyak karena lebih cenderung ingin memanjakan diri dengan hal-hal yang mewah. Pasalnya, gaya hidup mewah biasanya mencakup banyak hal yang lebih diprioritaskan dibandingkan kebutuhan lainnya. pada mata perkuliahan ekonomi mikro lalu ekonomi makro, dan ekonomi pengantar pastinya telah dikemukakan cara-cara konsumsi supaya lebih efisien dan juga efektif, sesuai pada skala prioritas. Pembelajaran ini memungkinkan siswa untuk menata gaya hidup mereka dan mengkonsumsi sesuai dengan keperluan mereka, berdasarkan apa yang paling penting bagi mereka. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chendy Dewianti Khabiba memperoleh hasil bahwa antara gaya hidup memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (Khabiba, 2020).

Menjadi mahasiswa merupakan langkah maju menuju kehidupan akademik yang lebih mandiri. Mereka dulu lebih diatur dalam kehidupan pribadi mereka. Padahal, pilihan kuliah di mana saja tetap ditentukan oleh orang tua mereka. Pastinya hal ini juga berlaku untuk pengelolaan keuangan

para siswa ini. Sebelum belajar, mereka hanya berperan pasif dan juga mereka hampir mengikuti sebagian besar keputusan keuangan orang tua mereka. Setelah kuliah, mereka bisa lebih leluasa membelanjakan uangnya, meski tetap menerima uang dari orang tua. Mereka memutuskan apakah akan membeli sesuatu yang mereka putuskan sendiri untuk dibeli atau tidak. Ketika mereka begitu bebas, literasi keuangan memainkan peran penting dalam kehidupan keuangan mereka. Literasi keuangan atau financial literacy menggambarkan pengelolaan keuangan seseorang untuk mencapai kesejahteraan yang maksimal. Setiap manusia memerlukan kemampuan ini agar tidak terjerumus dalam masalah keuangan. (Sustiyo, 2020)

Literasi keuangan tentunya berkaitan kuat dengan manajemen keuangan. Di mana ada literasi keuangan yang lebih baik, manajemen keuangan juga meningkat. Di tingkat universitas, kaum muda cenderung memiliki lebih banyak kebebasan dalam membuat keputusan keuangan pribadi. Mahasiswa harus mampu secara mandiri dan memadai mengelola keuangan mereka dan juga dituntut untuk bertanggung jawab atas keputusan manajemen keuangan yang sudah mereka buat. Banyak siswa belajar dengan trial and error, tetapi hal ini gagal menjadikan siswa sebagai agen ekonomi yang bijak dan cerdas dalam kehidupan sekarang ini. Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswa, tetapi hasilnya memperlihatkan bahwa ilmu atau pengetahuan mahasiswa tentang literasi keuangan terlihat masih sangat rendah, menandakan literasi

keuangan yang lemah. Materi perkuliahan terkait literasi keuangan sudah pernah dibaca. (Julian et al., 2018)

Ketidaktahuan mahasiswa tentang literasi keuangan dan kemauan mahasiswa untuk menghabiskan dan pemborosan juga menjadi masalah bagi mereka. Para remaja suka mencoba sesuatu hal yang baru karena tingkat keingintahuannya yang tinggi dan juga lebih berorientasi pada lingkungan sosial, yang mengarah pada sikap sombong. Perilaku belanja yang berlebihan biasanya diakibatkan oleh perilaku yang selalu mengikuti trend dan tuntutan sosial. (Julian et al., 2018). Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Deviyanti, 2018) memperoleh hasil bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Melihat fenomena sekarang ini yaitu dengan bertambah maju perkembangan teknologi, dimana media sosial semakin canggih. Dan pada saat ini segala kebutuhan bisa didapatkan melalui media sosial dengan menggunakan *e-commerce*. Apalagi remaja sekarang ini khususnya mahasiswa sangat aktif di media sosial. Hal tersebut cenderung dapat menyebabkan seorang remaja memiliki perilaku konsumtif dikarenakan ingin selalu berpenampilan menarik dan mengikuti trend fashion saat ini, dimana pada masa sekarang ini jauh lebih mudah dalam membeli yaitu hanya dengan melalui media sosial diplatform *e-commerce*. Perilaku konsumtif juga bisa muncul dari gaya hidup seseorang. Gaya hidup yang terkesan mewah, banyak menghabiskan uang seperti nongkrong di café hanya ingin terlihat seperti anak gaul atau menjaga gengsi dari teman-

temannya. Dan seharusnya kita sebagai mahasiswa ekonomi bisa mempertimbangkan segala hal dan harus bisa memprioritaskan kebutuhan bukan keinginan agar tidak menjadi mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

Mengenai bagaimana mahasiswa membeli barang-barang yang tidak berdasarkan kebutuhannya melainkan keinginannya, sehingga mahasiswa berperilaku konsumtif, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti dalam hal ini yaitu dengan judul **“Pengaruh Media Sosial, *Trend Outfit*, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Perguruan Tinggi di Pekalongan)”**. Banyak mahasiswi yang membeli pakaian karena tertarik dengan pakaian atau karena sedang trend saat ini. Hal ini menyebabkan tingginya tingkat konsumsi di kalangan mahasiswi. Mengenakan pakaian modis ke kampus sering dipandang sebagai cara untuk menunjukkan status sosial dan gengsi. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menganalisis apakah Media Sosial, *Trend Outfit*, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, rumusan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman

Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan?

2. Apakah *Trend Outfit* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan?
4. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan?
5. Apakah media sosial, *trend outfit*, gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan?

### **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam suatu penelitian digunakan untuk menghindari jika adanya penyimpangan ataupun pelebaran pokok suatu masalah, agar dapat dipelajari dengan lebih mudah dan dijawab dengan lebih akurat. Hal



ini membantu untuk memastikan bahwa penelitian terfokus dan relevan, dan bahwa tujuannya tercapai. Berikut beberapa Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa aktif sampai tahun 2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan yang menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, Shopee, Tiktok dan aplikasi lainnya.
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingginya perilaku konsumtif seorang.
3. Perilaku konsumtif mahasiswa ditinjau dari teori Ekonomi Mikro Islam.

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **Tujuan :**

1. Untuk menganalisis apakah media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan.
2. Untuk menganalisis *Trend Outfit* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan.
3. Untuk menganalisis apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H.

Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan.

4. Untuk menganalisis apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan.
5. Untuk menganalisis apakah media sosial, trend outfit, gaya hidup dan literasi keuangan Syariah berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan.

**Manfaat :**

Adapun manfaat yang ingin diperoleh oleh penelitian ini adalah:

1. Manfaat secara teoritis dalam penelitian ini yaitu diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam hal pengaruh media sosial, *Trend Outfit* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Serta hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai refrensi peneliti selanjutnya.
2. Manfaat secara praktis dalam penelitian ini yaitu diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai masukan dan bahasan pertimbangan bagi semua pihak dalam memahami media sosial, *Trend Outfit* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan juga memberikan manfaat bagi semua pihak.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan pada penelitian ini sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab I penelitian ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

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

Pada bab II penelitian ini membahas mengenai landasan teori, landasan pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis

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

Pada bab III penelitian ini membahas mengenai jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, Instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data, sumber data, teknik pengolahan data dan analisis data.

### **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV penelitian ini membahas mengenai deskripsi data, analisis data, dan pembahasan

### **BAB V: PENUTUP**

Pada bab V penelitian ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan, implikasi dan saran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut, yaitu :

1. Media sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan dan Universitas Pekalongan
2. *Trend Outfit* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan dan Universitas Pekalongan
3. Gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan dan Universitas Pekalongan
4. Literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan dan Universitas Pekalongan

5. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel media sosial, *Trend Outfit*, gaya hidup dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan dan Universitas Pekalongan

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan dari penelitian di lapangan peneliti menemukan beberapa keterbatasan yang bisa dijadikan acuan untuk peneliti berikutnya agar hasil penelitian lebih sempurna. Berbagai keterbatasan tersebut, antara lain :

1. Peneliti hanya menggunakan responden sebanyak 98 mahasiswa.
2. Dalam penyusunan penulisan penelitian ini, pengetahuan penulis kurang luas dan terbatas. Oleh karena itu pengujian mengenai perilaku konsumtif perlu dilakukan pengujian kembali supaya hasil penelitian lebih akurat.
3. Pada saat pengumpulan data, terkadang informasi yang diperoleh berdasarkan kuesioner tidak membuktikan pendapat responden yang sesungguhnya, hal tersebut dikarenakan berdasarkan beda pemikiran.
4. Hasil penelitian ini masih kurang sempurna. Oleh karena itu diharapkan peneliti berikutnya harus lebih baik.

## **C. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

### 1. Implikasi teoritis

Penelitian ini berkontribusi untuk menambah literatur dan bukti empiris bahwa tidak semua variabel dalam penelitian ini mendukung penelitian terdahulu. Penelitian ini membuktikan beberapa variabel pendukung penelitian terdahulu yang hasilnya berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa. Namun terdapat dua variabel yang tidak mendukung penelitian terdahulu karena hasilnya tidak berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa, variabel tersebut yaitu media sosial dan literasi keuangan. Hal ini merupakan temuan yang cukup menarik karena belum banyak teori yang membahas hubungan antara media sosial dan literasi keuangan yang tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu memerlukan penelitian lanjutan untuk mengungkap penyebab tidak berpengaruhnya hubungan tersebut.

### 2. Implikasi praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk mahasiswa agar lebih bijak dalam penggunaan media sosial, tidak selalu terpengaruh oleh *Trend Outfit* atau fashion dan juga gaya hidup yang mewah agar terhindar dari perilaku konsumtif. Dan diharapkan meningkatkan literasi keuangan agar lebih memahami bagaimana manajemen keuangan.

#### **D. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan maka saran peneliti yaitu sebagai berikut :

##### **1. Bagi mahasiswa**

Di masa ini yang semakin canggih menjadikan penawaran dari bermacam hal, yaitu contohnya di dunia ini bisnis. Sebagai seorang mahasiswa diharuskan bijak dalam memakai media sosial, tidak boros hanya untuk kemewahan hidup karena menjaga gengsi dari teman, dan tentunya tingkatkan literasi keuangan agar mampu manajemen keuangan dengan bijak. Sehingga untuk kedepannya mahasiswa diharapkan bisa manajemen gaya hidupnya, supaya dapat bermanfaat untuk dirinya sendiri. Didalam Islam pun hal yang berlebihan merupakan hal yang sangat tidak baik.

##### **2. Bagi Peneliti**

Untuk peneliti berikutnya diharapkan untuk menggunakan atau memperbanyak beberapa variabel yang lain, contohnya pendapatan orang tua, teman sebaya, status sosial dan beberapa variabel lainnya yang bisa berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa supaya memperkuat kevalidan penelitian berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*.
- Adiputra, R., & Moningga, C. (2017). Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal. *Psibernetika*, 5(2), 77–90.
- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>
- Alpian, Y., Wulan Anggraeni, S., Wiharti, U., & Maratos Soleha, N. (2019). Pentingnya Pendidikan Bagi Manusia. *Jurnal Buana Pengabdian*, 8(5), 55.
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 172–180.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Arini, W. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Medan Marelan (Kota Medan)*.
- Assaad, H. A. S. (2016). *Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga (Perspektif Syari'at Islam)*. 1(1), 114–129.
- Belliana Putri, Z., & Budiyanto. (2017). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(3), 1–16.
- Budianti, S. H., Indriayu, M., & Sabandi, M. (2017). *Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS*. 1–14.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (P. Latifah (ed.); cetakan ke). PT Remaja Rosdakarya.
- Despranda, F., & Huda, N. (n.d.). *Perubahan Sosial Budaya Terhadap Perilaku*



*Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Bung Hatta  
Prodi Ekonomi Pembangunan , Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas  
Bung Hatta.*

Deviyanti, S. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas Xii Ips Sma Negeri 3 Makassar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Dilasari, D., Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02), 56–77. <https://doi.org/10.35310/jass.v2i02.671>

Dola Asmita, E. E. (2019). Perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP). *Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP)*, 2(2), 5–24.

Fauzi, I. S. N., & Sulistyowati, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call Of Duty: Mobile. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 129–142. <https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.730>

Febryani, T. (2016). *Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2016)*. 1–23.

Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>

Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 82–98.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Juliana, S. D., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*.

Hariani, N. F. (2018). Perilaku Konsumtif Terhadap Pakaian Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswi STAI YAPIS Takalar). *Jurnal Pendidikan*,

*Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 12(1), 14–40.

- Idris, D. L. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Uin Mataram Pada Trend Fashion (Pakaian). *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 638–647. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i6.114>
- Iqbal, M. I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (iain) manado. In *{Iqbal2020Pengaruh}*, (Vol. 1, Issue 1). <http://repository.iain-manado.ac.id/20/>
- Ismawan, M. B., & Pamungkas, H. P. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Online Shop. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 32–41. <https://doi.org/10.37479/jeej.v5i1.15215>
- Julian, E., Ananda, N. A., & Andriani, S. (2018). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2). <https://doi.org/10.37673/jmb.v1i2.15>
- Karim, A. A. (2011). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta.
- Khabiba, C. D. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Teman Sebaya, dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2017. *Skripsi Universitas Negeri Semarang*. <https://lib.unnes.ac.id/id/eprint/42579>
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019a). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019b). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 323. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i2.5973>
- Mardiah, A. (2019). Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad*, 13(2), 93.

<https://doi.org/10.24014/jiq.v13i2.4391>

- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133. [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v4i1.496](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496)
- Nanda, T. S. F., Ayumiati, A., & Wahyu, R. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 1(2), 141. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v1i2.8573>
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 86–96.
- Nuning Kristiani. (2017). *Analisis Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Yogyakarta*. 24(2), 196–201.
- Oktaviani, D. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Iain Metro. In *Carbohydrate Polymers* (Vol. 6, Issue 1).
- Peniarsih, & Andriandi. (2018). Analisis Determinan Sistem Informasi E-Ticketing ( Pendekatan Extended Theory of Planned Behaviour). *Agustus*, 2(3), 8700.
- Pratiwi, A. A. M. (2021). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73–81.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Putri, N. A., & Lestari, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda di Jakarta. *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 31–42. <https://doi.org/10.36407/akurasi.v1i1.61>
- Rachma, D. A. (2017). *Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Fashion Pakaian Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2015 Uin Maliki Malang*.
- Rahma, N. (2019). Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Diperumahan Mega Regency Blok H Rt 01-05 Rw 09 Desa Sukasari, Serang

Baru Bekasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6(2), 93–100.

Rahmawati, E. V., & Surjanti, J. (2019). Analisis Faktor Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Produk Fashion Saat Pandemi Pada Mahasiswa. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v2i2.9736>

Rasyid, A. (2019). Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(2), 172–186.

Risnawati, Mintarti, W., & Ardoyo. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan*, 3(4), 430–436.

Ritonga, L. S., & Adiati, R. P. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Self-Esteem Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Surabaya*. 1(2), 1275–1281.

Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>

Sapma Apriliana, N., & Priyo Utomo, E. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 179–190. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art5>

Sari, N. W., Wahyuni, E. S., & Harpepen, A. (2022). *Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam*. 4(2), 12–18.

Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 37–46. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i1.4704>

Sari, R. K., & Subaida, I. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 3(1), 38. [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v3i1.367](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v3i1.367)

Sari, S. N. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan*. 6.

- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 4043. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>
- Septiana, A. (2020). Tinjauan Perilaku Konsumtif Masyarakat Pesisir Dalam Islam (Studi Kasus pada Masyarakat Pesisir Desa Bandaran, Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan). *Dinar : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 5(1), 95–107. <https://doi.org/10.21107/dinar.v5i1.4639>
- Septianti, D., & Frastuti, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Berbasis Internet, Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Minat Berwirausaha Online Mahasiswa Universitas Tridinanti Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 130. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v10i2.871>
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 48–71. <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>
- Soraya, E., & Lutfiati, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan. *Kinerja*, 2(02), 111–134. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i01.966>
- Sunarto, A. (2017). Dampak Media Sosial Terhadap Paham Radikalisme. *Nuansa*, 10(2), 126–132. <https://doi.org/10.29300/nuansa.v10i2.647>
- Susilawaty, E. A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133. [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v4i1.496](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496)
- Sustiyo, J. (2020). Apakah literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi generasi Z? *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 5(1), 25–34. <https://doi.org/10.34202/imanensi.5.1.2020.25-34>
- Suwandi, E., Imansyah, F. H., & Dasril, H. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome. *Jurnal Teknik Elektro*, 11.
- Ulfa, R. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Virya, K. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(5).

Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*.

Wijaya, D. (2017). *Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian*. XV(2).

Wulandari, S. (2018). Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sts Jambi. In *Photosynthetica* (Vol. 2, Issue 1). <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76887-8%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-93594-2%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00007-3%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3%0Aht>

Yustati, H. (2022). Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui E-Commerce. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 5(1), 16–25.

Yusup, F. (2018). Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 13(1), 53–59. <https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>