

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, GAYA HIDUP HEDONIS, DAN  
*PAYLATER* TERHADAP *IMPULSE BUYING* MAHASISWA  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH  
UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
ANGKATAN 2022)**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**SALMA OKTAVIA ANISA**

**NIM 4119087**

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

**2023**

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, GAYA HIDUP HEDONIS, DAN  
*PAYLATER* TERHADAP *IMPULSE BUYING* MAHASISWA  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH  
UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
ANGKATAN 2022)**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**SALMA OKTAVIA ANISA**

**NIM 4119087**

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Salma Oktavia Anisa  
NIM : 4119087  
Jurusan : **Pengaruh Korean wave, Gaya Hidup Hedonis, dan Paylater Terhadap Impulse Buying Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2022)**

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, 20 Oktober 2023

Peneliti



Salma Oktavia Anisa

## NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksempler

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Salma Oktavia Anisa

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

*c.q.* Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan sepenuhnya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **Salma Oktavia Anisa**

NIM : **4119087**

Judul Skripsi : **Pengaruh *Korean wave*, Gaya Hidup Hedonis, dan *Paylater* Terhadap *Impulse Buying* Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2022)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera di munaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 20 Oktober 2023  
Pembimbing



**M. Khoirul Fikri, M.E.I**  
**NIP.199602122019031006**



## PENGESAHAN

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

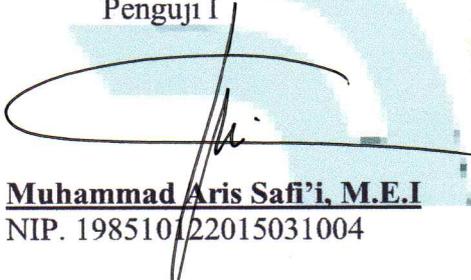
Nama : Salma Oktavia Anisa  
NIM : 4119087  
Judul Skripsi : **Pengaruh *Korean Wave*, Gaya Hidup Hedonis, dan *Paylater* terhadap *Impulse Buying* Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2022)**

Dosen Pembimbing : **Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I**

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 13 November 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

  
**Muhammad Aris Safi'i, M.E.I**  
NIP. 198510122015031004

Penguji II

  
**Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I**  
NIP. 198402222019031003

Pekalongan, 13 November 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**

NIP. 197502201999032001

## MOTTO

“Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata Tuhan, *Prove Them Wrong*”

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari Rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur.”

-QS Yusuf ayat 87-



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat 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 orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materi maupun non materi 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 orangtua tercinta, Ayahanda Muri dan Ibunda Ema yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta doa dan senantiasa sabar dalam menuntun dan menghadapi putrinya dalam mencapai cita-cita yang diinginkan.
2. Dosen pembimbing, Bapak Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, saran, serta waktunya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada teman baik saya, Jihan, Bella, Ika Diah, Tacik, Lince, dan Nisa yang senantiasa menemani dikala suka maupun duka, dan selalu memberikan

bantuan, motivasi, maupun semangat, serta mau berjuang bersama untuk tidak menyerah dan tetap semangat untuk mendapatkan gelar S.E.

4. Kepada teman seperjuangan, Inna, Dana, Lalak, Bila, Sokap, Kholis dan Dian yang menemani dari semester satu hingga sekarang.
5. Kepada sahabat sekaligus saudara saya, Nadyatul yang menemani dari awal masuk kuliah hingga skripsi ini terselesaikan.
6. Kepada pemilik NIT 572011227653, yang selalu ada dalam keadaan suka maupun duka, menjadi tempat berkeluh kesah, dan senantiasa memberikan semangat kepada saya. Terima kasih karena sudah bersedia membantu dan mendukung saya hingga saat ini.
7. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mendoakan.
8. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

## ABSTRAK

**Salma Oktavia Anisa. Pengaruh *Korean Wave*, Gaya Hidup Hedonis, dan *Paylater* Terhadap *Impulse Buying* Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2022)**

Manusia sebagai makhluk *homo economicus* tidak bisa melepaskan diri dari aktivitas pertukaran antar sesama manusia yang memberikan keuntungan bagi kelangsungan hidupnya, melalui transaksi perdagangan atau jual beli. Perkembangan trend jual beli dalam perdagangan pada era sekarang ini telah melalui perubahan dan pergeseran. Orang-orang tidak lagi melakukan pembelian atas dasar kebutuhan (*need*) saja dan mulai disebabkan karena dorongan keinginan (*want*) semata. Bentuk pembelian yang tidak direncanakan, tidak rasional, dan didorong oleh faktor emosional yang kuat ini merupakan istilah yang sering kali digambarkan sebagai *impulsive buying*.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2022 yang berjumlah 488 orang. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan yaitu teknik non-probability sampling berupa purposive sampling yang sumber datanya adalah data primer dengan menggunakan rumus slovin yang menghasilkan sampel sebanyak 83 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Korean Wave* berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap *impulse buying*. Variabel Gaya Hidup Hedonis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Variabel *Paylater* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Variabel *Korean Wave*, Gaya Hidup Hedonis, dan *Paylater* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *impulse buying*.

Kata kunci : *Korean Wave*, Gaya Hidup Hedonis, *Paylater*, *impulse buying*.

## **ABSTRACT**

***Salma Oktavia Anisa. The Influence of the Korean Wave, Hedonistic Lifestyle, and Paylater on Students' Impulse Buying from an Islamic Economic Perspective (Case Study of Sharia Economics Students at UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Class of 2022)***

*Humans as homo economicus creatures cannot escape from exchange activities between humans that provide benefits for their survival, through trade or buying and selling transactions. The development of buying and selling trends in trading in the current era has gone through changes and shifts. People no longer make purchases based on need alone and are starting to make purchases purely out of desire. This form of purchase that is unplanned, irrational and driven by strong emotional factors is a term that is often described as impulsive buying.*

*This type of research is quantitative. The population in this study were Sharia Economics students at UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan class of 2022, numbering 488 people. In this study, the sample used was a non-probability sampling technique in the form of purposive sampling whose data source was primary data using the Slovin formula which resulted in a sample of 83 respondents. The data analysis used was multiple linear regression analysis which was processed using SPSS version 26.*

*The results of this research show that the Korean Wave variable has a positive and not significant effect on impulse buying. The Hedonic Lifestyle variable has a positive and significant effect on impulse buying. The Paylater variable has a positive and significant effect on impulse buying. The variables Korean Wave, Hedonic Lifestyle, and Paylater simultaneously have a significant influence on the impulse buying variable.*

***Keyword : Korean Wave, Hedonic Lifestyle, Paylater, impulse buying.***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi, akan sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH. MH., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Rinda Asytuti, M.Si, selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
6. Seluruh dosen dan jajaran staf karyawan fakultas ekonomi dan bisnis islam yang telah membantu penulis selama melakukan studi.
7. Kedua orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan materil dan moral.

8. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 20 Oktober 2023



Salma Oktavia Anisa

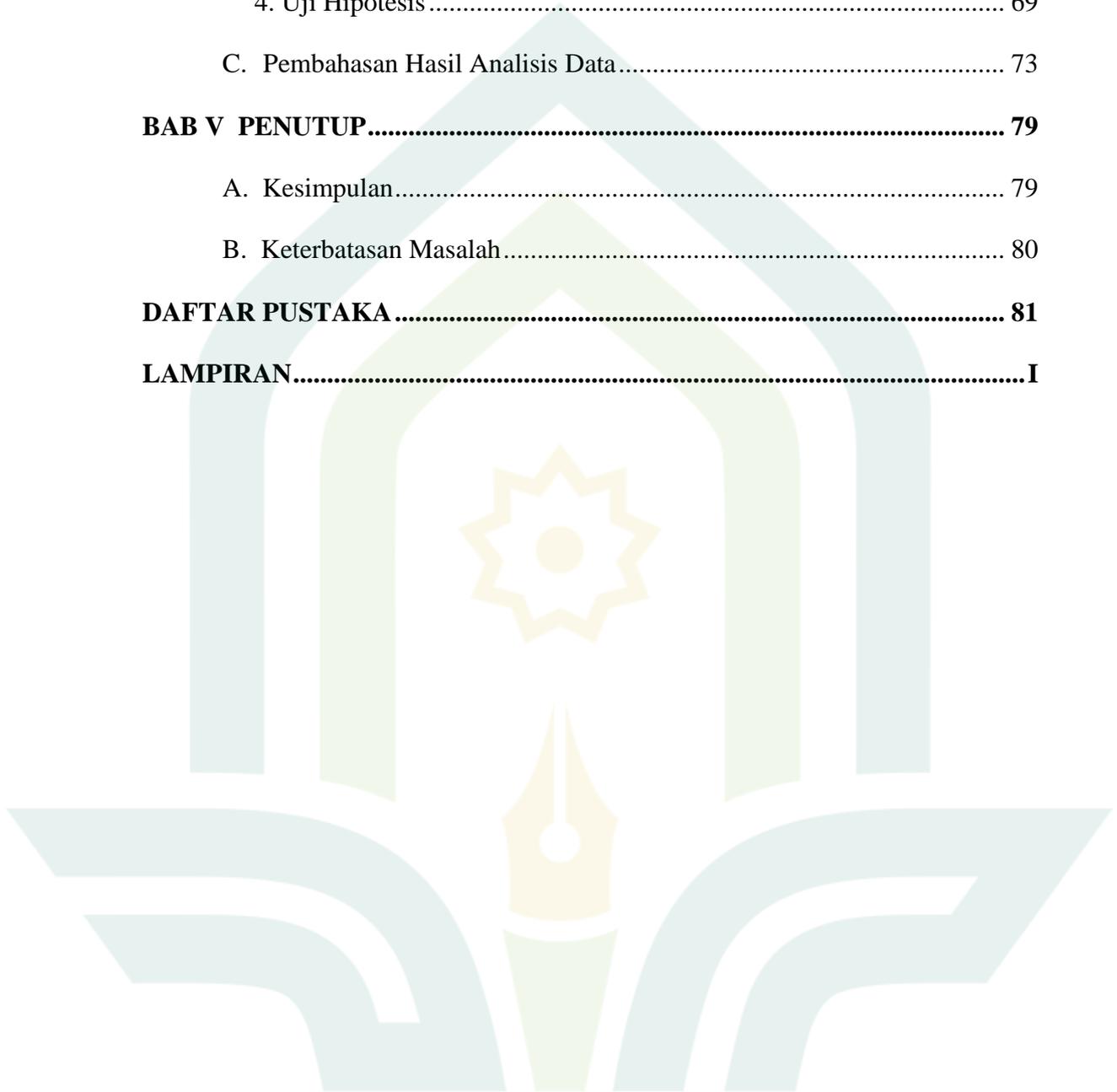


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>TRANSLITERASI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
E. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori .....	14
1. Impulse Buying Dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	14

2. Korean Wave .....	18
3. Gaya hidup hedonis .....	23
4. Paylater .....	28
B. Telaah Pustaka.....	34
C. Kerangka Berpikir .....	40
D. Hipotesis.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Jenis dan Metode Penelitian.....	44
B. Pendekatan Penelitian .....	44
C. Setting Penelitian.....	44
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	45
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	46
F. Sumber Data .....	47
G. Teknik Pengumpulan Data .....	48
H. Teknik Analisis Data.....	49
1. Uji Instrumen.....	49
2. Uji Asumsi Klasik .....	50
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	52
4. Uji Hipotesis .....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
A. Hasil Penelitian .....	55
B. Analisis Data .....	58
1. Uji Instrumen.....	58

2. Uji Asumsi Klasik .....	61
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	67
4. Uji Hipotesis .....	69
C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	73
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan.....	79
B. Keterbatasan Masalah.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>



## TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### A. Konsonan

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

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	a
ِ	Kasrah	I	i

ـ	Dammah	U	u
---	--------	---	---

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي...َ	Fathah dan ya	ai	a dan u
و...َ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَيْلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

## C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ِى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas

و...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas
-------	----------------	---	---------------------

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūl

#### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

##### 1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

##### 2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

##### 3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/  
al-madīnatul munawwarah

- طَلْحَةٌ talhah

### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala

- الْبِرُّ al-birru

### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

#### 1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

#### 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

### G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

### H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا / Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ / Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu

lillāhi rabbil `ālamīn

- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ / Ar-rahmānir rahīm/ Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

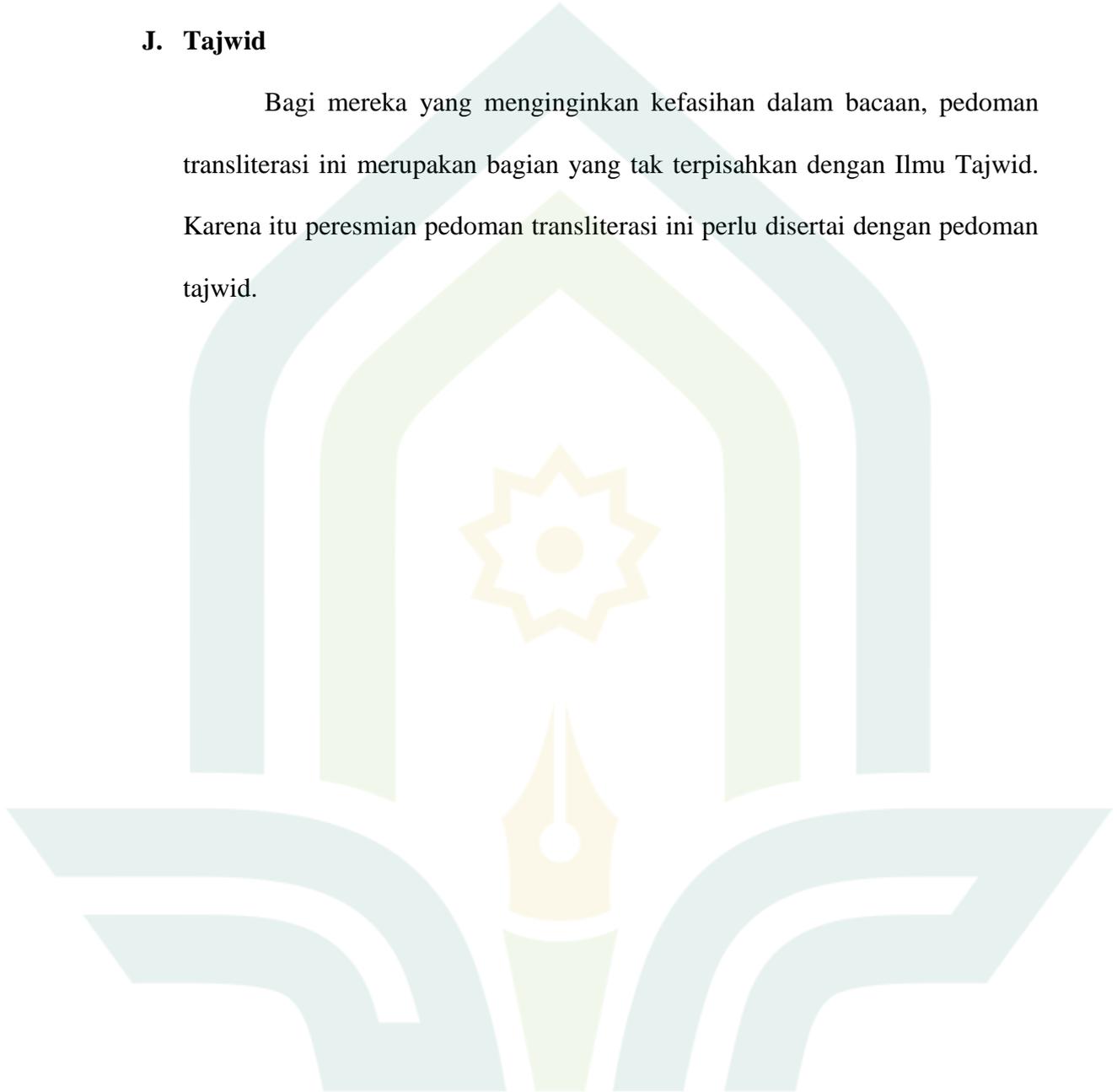
- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ / Allaāhu gafūrun rahīm

- لِلّٰهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/

Lillāhil-amru jamī`an

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

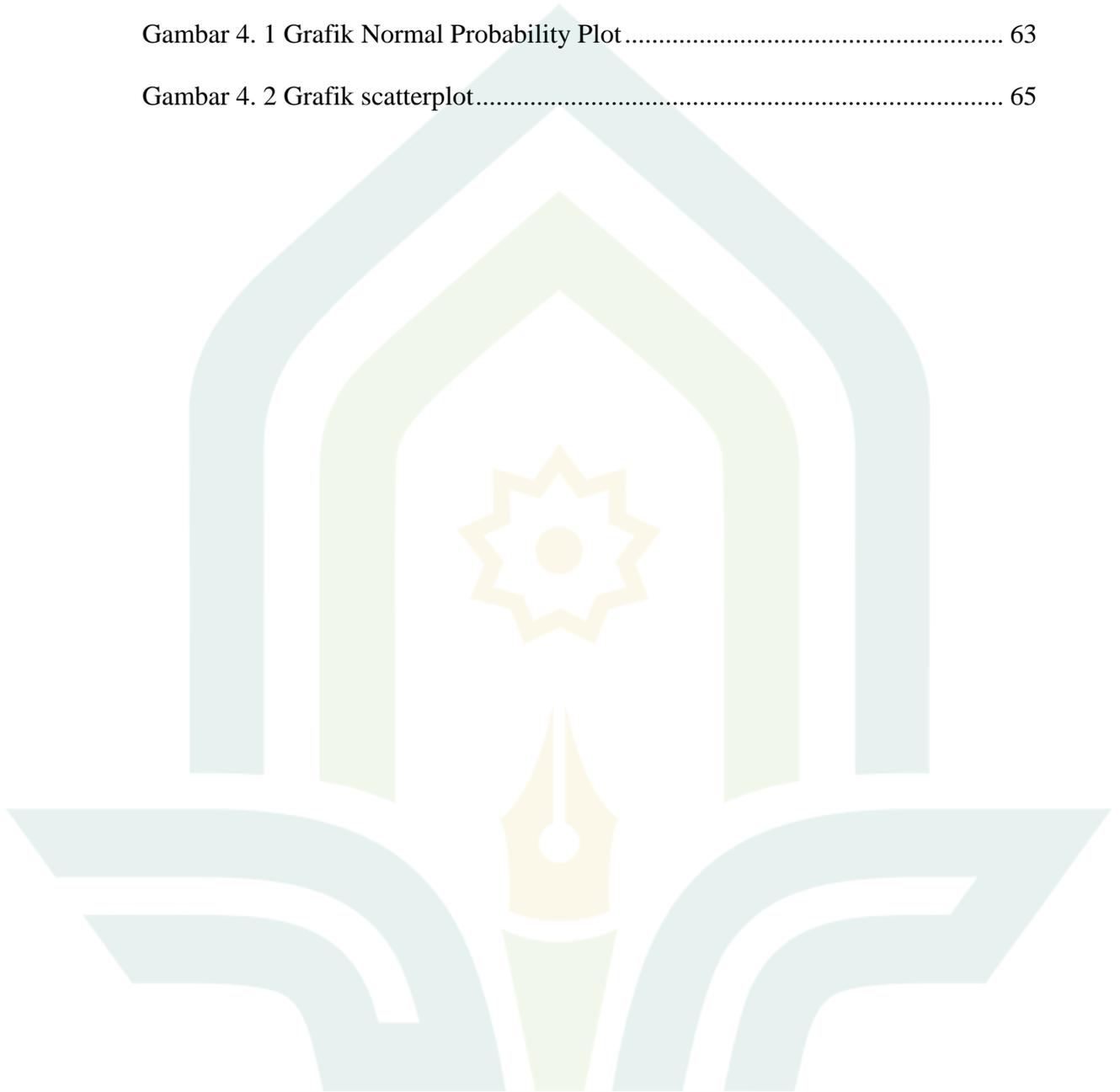


## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka .....	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	47
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	49
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan.....	57
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Korean Wave.....	58
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Hedonis.....	59
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Paylater.....	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Impulse Buying .....	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas .....	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Glejser atau heteroskedastisitas.....	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas .....	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linear Berganda .....	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji t atau Parsial .....	70
Tabel 4. 15 Hasil Uji F atau Simultan.....	71
Tabel 4. 16 Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	72

## DAFTAR GAMBAR

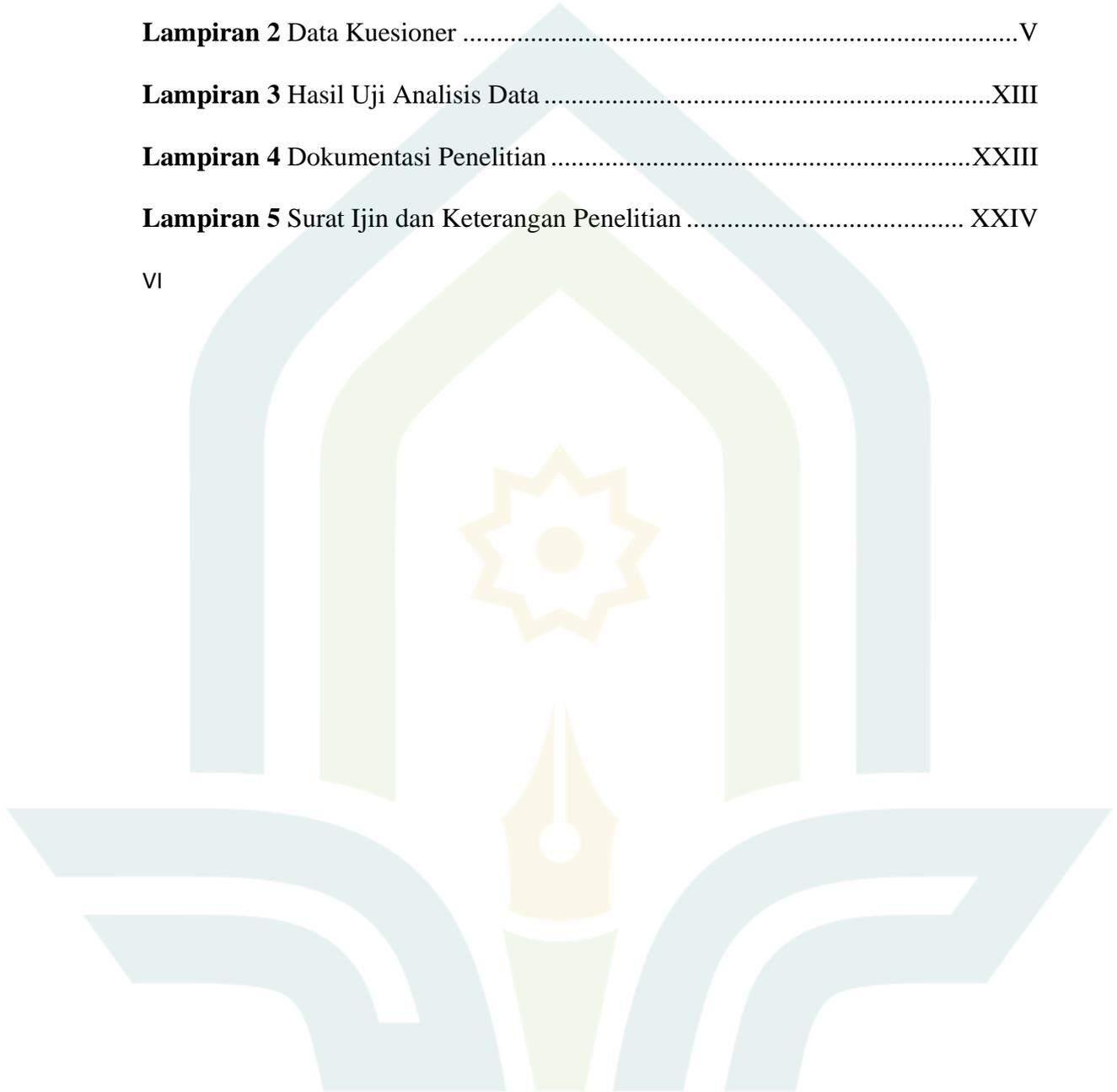
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	40
Gambar 4. 1 Grafik Normal Probability Plot.....	63
Gambar 4. 2 Grafik scatterplot.....	65



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Angket Penelitian.....	I
<b>Lampiran 2</b> Data Kuesioner .....	V
<b>Lampiran 3</b> Hasil Uji Analisis Data .....	XIII
<b>Lampiran 4</b> Dokumentasi Penelitian .....	XXIII
<b>Lampiran 5</b> Surat Ijin dan Keterangan Penelitian .....	XXIV

VI



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Manusia dan ekonomi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tentang penggunaan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Semua kebutuhan ini digunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, namun tidak semua kebutuhan manusia dapat dipenuhi. Hal ini terjadi karena sifat manusia yang tidak pernah puas akan segala sesuatu yang dimilikinya, dan sumber daya yang ada tidak cukup untuk memenuhi semua kebutuhan manusia tersebut. Kebutuhan manusia biasanya sesuai dengan gaya hidupnya. Karena kehidupan manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat dipisahkan dari gaya hidup yang mengikuti perkembangan zaman (Solihat & Arnasik, 2018).

Kehidupan sering dikaitkan dengan yang namanya gaya hidup. Gaya hidup bisa diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang mereka konsumsi, dan bagaimana cara mereka bersikap atau berperilaku ketika di hadapan orang lain. Mengarah kepada bagaimana seseorang menggunakan uang dan waktunya. Hawkins (dalam Hasibuan, 2010: 15) mengatakan bahwa gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Gaya hidup juga sering kali dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam memilih sesuatu. Sedangkan menurut Gidden (dalam Arbaini, 2017) mengatakan bahwa gaya

hidup merupakan konsep refleksi seperti ketika ada pertanyaan “bagaimana saya hidup?”, “siapa saya?”, harus di jawab dalam keputusan dari hari ke hari tentang bagaimana perilaku, apa yang dipakai dan apa yang dimakan dan menempatkan dengan cara lain, dalam tatanan post tradisional menjadi sebuah proyek refleksi. Gaya hidup adalah refleksi pola konsumsi pilihan individu tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang (Khairat et al., 2018).

Manusia sebagai makhluk *homo economicus* tidak bisa melepaskan diri dari aktivitas pertukaran antar sesama manusia yang memberikan keuntungan bagi kelangsungan hidupnya, melalui transaksi perdagangan atau jual beli. Pembelian yang dilakukan oleh manusia biasanya didasarkan pada faktor kebutuhan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, namun perkembangan trend jual beli dalam perdagangan pada era sekarang ini telah melalui perubahan dan pergeseran. Orang-orang tidak lagi melakukan pembelian atas dasar kebutuhan (*need*) saja dan mulai disebabkan karena dorongan keinginan (*want*) semata. Pada saat seseorang memiliki keinginan yang kuat untuk membeli sebuah produk atau jasa, dengan cepat pertukaran pun terjadi, tanpa melakukan pertimbangan akan kebutuhan maupun pertimbangan lainnya (Pemayun & Ekawati, 2016). Artinya, keputusan untuk membeli yang dilakukan individu tersebut bukan didasarkan atas perencanaan yang melibatkan proses berfikir logis dan rasional, melainkan bentuk pembelian yang lebih bersifat mendadak dan tiba-tiba berdasarkan keinginan yang bergejolak pada saat itu.

Bentuk pembelian yang tidak direncanakan, tidak rasional, dan didorong oleh faktor emosional yang kuat ini merupakan istilah yang sering kali digambarkan sebagai *impulsive buying* (Verplanken & Herabadi, 2001). Pembelian secara mendadak dan tidak terencana merupakan fenomena yang semakin marak terjadi di kehidupan masyarakat masa kini, ditambah dengan perkembangan media *e-commerce* yang semakin mempermudah aktivitas belanja. Nielsen, sebuah badan usaha yang bergerak dalam mempelajari perilaku konsumen, telah melakukan Survey di tiga kota besar Indonesia, yaitu Jakarta, Bandung, dan Surabaya pada tahun 2013. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa sekitar 85% orang pernah membeli sesuatu dengan tidak terencana baik dalam frekuensi selalu maupun kadang-kadang, sementara hanya 15% orang yang melakukan pembelian sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan dan tidak melakukan pembelian di luar perencanaan.

Beberapa faktor dapat mempengaruhi tindakan pembelian *impulsif* yang dilakukan seseorang. Verplanken & Herabadi (2001) menjelaskan bahwa faktor *internal* dan *eksternal* dapat mempengaruhi kecenderungan seseorang terhadap pembelian *impulsif*, misalnya jenis kelamin atau usia. Sementara faktor *eksternal* berkaitan dengan hal-hal yang terjadi di sekitar individu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Chyang, Yau, & Han (2008) diketahui bahwa perasaan mendalam seseorang terhadap idola juga dapat mempengaruhi kecenderungannya untuk melakukan pembelian secara *impulsif*. Perasaan cinta yang mendalam selebriti yang diidolakan dapat melahirkan sebuah keyakinan dan pemahaman berupa hubungan, kesetiaan,

dan bahkan pengabdian terhadap sang idola. Kecintaan mendalam yang dirasakan penggemar tersebut dapat mendorongnya untuk rela melakukan berbagai hal untuk idolanya, meskipun hal tersebut dapat menghabiskan uang, waktu dan tenaganya (Asrie & Misrawati, 2020).

Salah satu aspek yang terdapat dalam konsep *celebrity worship* berkaitan dengan *intense personal feeling* (perasaan pribadi yang *intens*). Aspek ini menggambarkan sikap penggemar yang *obsesif* dan cenderung impulsif terhadap hal-hal yang berkaitan dengan selebriti yang mereka idolakan. Penggemar ini kemudian menjadi terobsesi dengan figure idola tersebut dan tertarik dengan kehidupan pribadi dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan selebriti idola tersebut. Fenomena ini merupakan kejadian yang telah berlangsung sejak lama, namun perubahan besar terjadi dalam satu dekade terakhir, dimana idola yang menjadi pusat perhatian penggemar yang biasanya berasal dari Eropa ataupun Amerika Serikat kini berubah arah ke Asia, terutama didukung dengan adanya fenomena *korean wave*.

*Korean wave* tersebut merupakan trend budaya asing yang kini sedang digemari oleh generasi milenial termasuk juga mahasiswa muslim. Budaya merupakan hasil dari seni cipta dan karsa dari masyarakat yang sejak dari dulu dan sudah turun–temurun . Setiap daerah terdapat masyarakat yang mempunyai kebudayaan yang berbeda. Seperti Indonesia mempunyai banyak sekali kebudayaan, mengingat Indonesia memiliki beribu pulau yang berjajar. Bayangkan saja jika budaya dalam negeri saja banyak sekali apalagi budaya luar negeri yang notabnya yaitu budaya asing. Setiap negara–negara

di dunia ini pasti tentunya memiliki budaya masing-masing untuk menandakan cirikhas dan karakteristik negara tersebut (Irmania et al., 2021).

Suatu budaya atau kemajuan memiliki rangkaian pengalamannya sendiri untuk bangkit dan diciptakan. Semakin pesatnya perkembangan zaman yang semakin maju ini membawa pengaruh terhadap masyarakat Indonesia salah satunya budaya (Utami, 2015). Pengaruh budaya barat ini sangat cepat masuk ke Indonesia melalui media teknologi (Juanda et al., 2022). Remaja sekarang dapat dengan mudah mengakses informasi melalui teknologi baik yang dapat memiliki dampak positif dan negatif dengan melihat gaya hidup dan kecenderungan orang barat sebagai penerus bangsa Indonesia karena dapat merusak ajaran serta moral anak bangsa (Sunawar et al., 2020). Banyak sekali mahasiswa yang mengikuti trend zaman namun mengesampingkan ajaran atau bertentangan dengan agama Islam. Sehingga penanaman Pendidikan agama Islam sejak usia dini terutama ahlak merupakan upaya yang tepat untuk meminimalisir masalah ini (Juanda et al., 2022).

Mahasiswa muslim sekarang, banyak yang mengikuti trend budaya asing salah satunya dengan menjadi penggemar *korea wave*. Banyak dari mereka mengidolakan k-pop yang merupakan *boyband* atau *girlband* dari korea selatan ini. Selain k-pop banyak juga dari mahasiswa muslim yang mengidolakan band dari barat, dan membuat mereka mengikuti gaya hidup dari artis-artis yang mereka idolakan ini. Hal tersebut membuat trend budaya asing khususnya *korean wave* semakin menguasai generasi millennial di

Indonesia dan secara tidak langsung membuat terkikisnya budaya asli Indonesia yang sudah ada sejak zaman nenek moyang.

Menurut Mowen & Minor (2002), individu yang memiliki kecenderungan melakukan pembelian secara spontan akan memutuskan untuk segera membeli produk yang telah mencuri perhatiannya tanpa mau berpikir ulang. Mereka memiliki perasaan yang kuat dan positif terhadap produk yang akan dibeli dan mendorongnya untuk membeli tanpa memikirkan atau mempertimbangkan konsekuensi yang akan diperoleh karena pembelian tersebut. Perasaan positif yang kuat terhadap hal-hal yang berkaitan dengan idola yang mendorong seseorang untuk melakukan berbagai hal terkait dengan idolanya disebut sebagai *celebrity worship* (Maltby, dkk., 2004).

Penggemar yang mengembangkan kebiasaan untuk melihat, mendengar, membaca dan mempelajari tentang kehidupan selebriti idola mereka kemudian dapat terobsesi pada selebriti idola tersebut dan tertarik dengan kehidupan pribadi selebriti. Perasaan obsesi yang berlebihan dapat mengarah pada tumbuhnya empati, identifikasi, imitasi, dan asosiasi untuk menjadi sama dan merasa dekat dengan para idola tersebut. Hal ini dapat mendorong para penggemar untuk meniru idola mereka dan memiliki barang-barang yang sama dengan idola. Hal tersebut menjadikan mahasiswa muslim yang mengikuti trend budaya asing tersebut menjadi terjerumus dalam tindakan *impulse buying*.

Menurut Chaney (Subandy, 1997), salah satu bentuk-bentuk dari gaya hidup yaitu gaya hidup *hedonis* diartikan dengan gaya hidup yang hanya

mengejar kenikmatan semata. Gaya hidup seseorang juga dapat dilihat dari bagaimana perilaku serta lingkungan yang dihadapi oleh individu. Menurut Fatimah (2013), generasi muda yaitu seperti mahasiswa cenderung mengagung-agungkan kesenangan dan kenikmatan dalam menjalani hidup yang dapat dikatakan dengan gaya hidup *hedonis*.

Menurut Wells dan Tigert (1995), mengatakan bahwa gaya hidup atau life style adalah pola hidup, penggunaan uang dan waktu yang dimiliki seseorang dapat diamati dan diukur dengan menggunakan AIO (Activity, Interest, Opinion). Gaya hidup merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gambaran dalam diri individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler & Keller, 2012). Menurut Betham dalam Allport dan Gordon Kata hedonisme merupakan suatu konsep yang menggambarkan suatu kesenangan, manusia melakukan tindakan yang menyenangkan serta menghindari hal yang merugikan.

Swastha Putri, mengatakan bahwa karakteristik dari individu yang memiliki gaya hidup *hedonis*, antara lain: (1) Suka mencari perhatian, berperilaku dan berpenampilan yang menarik seringkali berlebihan agar orang lain memperhatikan dirinya, (2) Cenderung *impulsif*, biasanya akan membeli atau berperilaku tanpa memikirkan terlebih dahulu, (3) Cenderung ikut-ikutan, melihat apa yang sedang populer dan mengikuti gaya hidup seseorang, (4) Kurang rasional, kurangnya memiliki pemikiran yang panjang terhadap suatu situasi, dan (5) Mudah dipengaruhi, biasanya mudah

terpengaruh terhadap gaya hidup lingkungan di sekitarnya (Ananda et al., 2021).

Sistem pembayaran yang terus berkembang menjadi salah satu faktor pendukung perkembangan *e-commerce*. Sistem pembayaran yang merupakan salah satu faktor yang menopang stabilitas sistem keuangan saat ini terus berkembang, seperti halnya dengan perkembangan sistem pembayaran yang semula hanya uang tunai hingga saat ini sudah tersedia sistem digital. Metode pembayaran yang disediakan oleh *e-commerce* mayoritas adalah pembayaran secara digital seperti transfer intra bank, *virtual account*, kartu kredit *online*, kartu debit *online*, *e-wallet*, dll. Namun pembayaran secara tunai juga tetap dapat dijadikan opsi pilihan. Beberapa *e-commerce* menyediakan pembayaran secara tunai menggunakan sistem *Cash On Delivery* (COD) dimana pengguna dapat membayar belanjaan secara tunai kepada kurir saat barang diantar. Selain metode *cash on delivery*, beberapa *e-commerce* juga menyediakan pilihan pembayaran tunai melalui mini market. Beberapa tahun belakangan ini, tepatnya sejak tahun 2018, terdapat sebuah metode pembayaran baru yang diperkenalkan pada masyarakat, yakni teknologi *paylater*.

*Paylater* memiliki fungsi yang sama dengan kartu kredit, kelebihan yang ditawarkan dari teknologi ini ialah cara mendaftar yang relatif sangat mudah jika dibandingkan dengan kartu kredit. Seperti halnya kartu kredit, *paylater* yang dapat mempermudah konsumen untuk memenuhi segala kebutuhannya, mulai dari berbelanja kebutuhan primer hingga hiburan seperti pembelian tiket pesawat, pemesanan hotel, tiket rekreasi, dan lainnya

kemudian pengguna dapat membayar disetiap tanggal jatuh tempo yang sudah ditetapkan.

*Paylater* dikembangkan oleh perusahaan *fintech* yang kemudian bekerja sama dengan *e-commerce* dalam menyediakan layanan *paylater* tersebut. *E-commerce* pertama yang memperkenalkan *paylater* di Indonesia adalah Traveloka dengan menggandeng perusahaan *fintech* PT. Dana Pasar Pinjaman. menggunakan teknologi tersebut dalam sistem pembayaran mereka sehingga teknologi tersebut sangat mudah dikenal oleh masyarakat luas.

Antusias masyarakat dengan hadirnya teknologi *paylater* dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengguna *paylater* dari waktu ke waktu. Beberapa platform penyedia *paylater* telah mengalami lonjakan pengguna yang cukup tinggi. Sejak *paylater* diluncurkan, traveloka mengalami lonjakan pengguna hingga 10 kali lipat (Walfajri, 2019), sedangkan *e-commerce* penyedia jasa layanan transportasi *online*, Gojek, mengalami kenaikan hingga 14 kali lipat (Fadila, 2020). Sehingga mereka harus tlandasaerus meningkatkan keamanan data pengguna dengan adanya lonjakan tersebut. Platform penyedia lain yang merasakan dampak dari *paylater* juga ialah *Shopee*. Hingga tahun 2020, jumlah pengguna *Shopee Paylater* mencapai angka 1,27 juta pengguna dengan akumulasi *borrower* yang aktif mencapai 67% yakni sekitar 850 ribu orang *borrower*. Jumlah dana pinjaman yang dikeluarkan oleh *Shopee Paylater* mencapai hampir Rp1,5 Triliun dengan tingkat keberhasilan mencapai hampir 95% (Lentera Dana, 2020).

Kemudahan *paylater* tersebut memicu tindakan *impulse buying* pada mahasiswa muslim (Sari, 2021).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agnes Lestari Nurvitria tahun 2015, dalam skripsi yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup *Hedonis* Terhadap Perilaku Pembelian *Impulsif* Pada Mahasiswa Jurusan PPB 2013 FIP UNY" Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengujian hipotesis pada penelitian ini terdapat adanya pengaruh gaya hidup *hedonis* dengan perilaku pembelian *impulsif* pada mahasiswa PPB 2013 UNY dengan hasil yang diperoleh pada nilai konstanta sebesar 39,176 dan nilai koefisien regresi prediktor sebesar 0,596. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif gaya hidup *hedonis* terhadap perilaku pembelian *impulsif* pada mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 FIP UNY yang artinya bahwa gaya hidup *hedonis* memprediksi perilaku pembelian *impulsif*. Yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah pada subjek yang akan diteliti yaitu mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2022 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis akan meneliti tentang pengaruh *korean wave*, gaya hidup *hedonis*, dan *paylater* terhadap *impulse buying* mahasiswa dalam Perspektif ekonomi islam.

## B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat berdasarkan pemaparan diatas adalah:

1. Apakah *korean wave* berpengaruh terhadap *impulse buying* mahasiswa Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid angkatan 2022 dalam perspektif ekonomi islam?
2. Apakah gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap *impulse buying* mahasiswa Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid angkatan 2022 dalam perspektif ekonomi islam?
3. Apakah *Paylater* berpengaruh terhadap *impulse buying* mahasiswa Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid angkatan 2022 dalam perspektif ekonomi islam?
4. Apakah *korean wave*, gaya hidup hedonis, dan *paylater* berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying* mahasiswa Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid angkatan 2022 dalam perspektif ekonomi islam?

## C. Batasan Masalah

Pada penelitian ini, subjek yang diteliti yaitu mahasiswa Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid angkatan 2022.

## D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *korean wave* terhadap *impulse buying*.
2. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis terhadap *impulse buying*.

3. Untuk menganalisis pengaruh *paylater* terhadap *impulse buying*.
4. Untuk menganalisis pengaruh signifikan *korean wave*, gaya hidup hedonis, dan *paylater* terhadap *impulse buying*.

Manfaat Penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini akan menjadi sumber informasi tentang pengaruh *korean wave*, gaya hidup hedonis, dan *Paylater* terhadap *impulse buying* pada mahasiswa.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para mahasiswa khususnya di pekalongan, dan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan umum tentang pengaruh *korean wave*, gaya hidup hedonis, dan *paylater* terhadap *impulse buying*.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan yang menjadi langkah dalam proses penyusunan tugas adalah :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah , rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, dan sistematika penelitian.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Memuat uraian tentang tinjauan pustaka terdahulu dan teori yang relevan dan terkait dengan tema skripsi.

### BAB III METODE PENELITIAN

Memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan peneliti beserta justifikasi/alasannya, jenis penelitian, desain, lokasi, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi konsep dan variabel, serta analisis data yang digunakan.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi : (1) hasil penelitian, kualifikasi bahasan disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau fokus penelitiannya, (2) pembahasan, sub bahasan (1) dan (2) dapat digabung menjadi satu kesatuan, atau dipisah menjadi sub bahasan tersendiri.

### BAB V PENUTUP

Bab terakhir berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Menurut hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan mengenai pengaruh *Korean Wave*, Gaya Hidup Hedonis, dan *Paylater* terhadap *Impulse Buying* mahasiswa dengan menggunakan sampel sebanyak 83 responden yang merupakan mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2022 yang memenuhi kriteria pada kuesioner. Hasil dari pengujian hipotesis dengan memakai uji t dan uji F dapat disimpulkan bahwa *Korean wave* secara parsial terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Impulse buying*. Gaya hidup hedonis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse buying*. *Paylater* secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse buying*. Serta *Korean wave*, Gaya hidup hedonis, dan *Paylater* secara bersamaan (simultan) berpengaruh terhadap *Impulse buying* pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2022 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Hal tersebut tidak sesuai dengan perspektif ekonomi islam, karena pada dasarnya dalam islam konsumsi dibangun atas dua hal yaitu kebutuhan dan kegunaan. Karena secara rasional seseorang tidak pernah mengonsumsi barang apabila dia tidak membutuhkannya sekaligus mendapatkan manfaat darinya. Sehingga dalam perspektif ekonomi islam perilaku *impulse buying* tidak dianjurkan.

## B. Keterbatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini terdapat beberapa kekurangan dan hambatan yang dihadapi oleh peneliti, hal itu disebabkan oleh :

1. Keterbatasan pada variabel yang digunakan, yaitu variabel *Korean wave*, Gaya hidup hedonis, dan *Paylater*. Sehingga masih ada kemungkinan terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi *impulse buying*.
2. Keterbatasan waktu penelitian serta peneliti menggunakan sumber data kuesioner yang disebarkan kepada responden kurang maksimal dalam memberikan jawaban. Sehingga berdasarkan keterbatasan penelitian tersebut, perlu disampaikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan gambaran, laporan maupun acuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *impulse buying* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2022 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Keterbatasan dalam penelitian ini harapannya dapat disempurnakan dan lebih dikembangkan melalui penelitian lebih lanjut mengenai variabel yang sudah diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. A. (2021). *Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Religiusitas Terhadap Impulse Buying “Remaja Muslim” Dalam Melakukan Pembelian Online Pada Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UMY). 20170730118.*  
[https://etd.umy.ac.id/id/eprint/4879/%0Ahttps://etd.umy.ac.id/id/eprint/4879/1/Halaman Judul.pdf](https://etd.umy.ac.id/id/eprint/4879/%0Ahttps://etd.umy.ac.id/id/eprint/4879/1/Halaman%20Judul.pdf)
- Alawiyah, S., Ghozali, S., & Suwarsito, S. (2019). Pengaruh Lingkungan dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar. *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 2(2), 134–138. <https://doi.org/10.30605/jsgp.2.2.2019.1369>
- Ananda, R., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswi Pengguna E-Commerce Shopee. *Jurnal Psikologi Universitas Esa Unggul*, 67–77. <https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASPSIKOLOGI/article/view/207/207>
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Asrie, N. D., & Misrawati, D. (2020). Celebrity worship dan Impulsive buying pada Penggemar KPOP Idol. *Journal of Psychological Perspective*, 2(2), 91–100. <https://doi.org/10.47679/jopp.022.12200008>
- Cahyawati, P. N. (2022). Quo Vadis Kebudayaan Nusantara. *WICAKSANA: Jurnal Lingkungan Dan Pembangunan*, 6(1), 39–46. <https://doi.org/10.22225/wicaksana.6.1.2022.39-46>
- Irmania, E., Trisiana, A., & Salsabila, C. (2021). Upaya mengatasi pengaruh negatif budaya asing terhadap generasi muda di Indonesia. *Universitas Slamet Riyadi Surakarta*, 23(1), 148–160. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- IWAN HERMAWAN, S.Ag., M. P. . (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan ( Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method )*.
- Juanda, N. A., Sari Putri, V. R., Syifa, N., & Aeni, A. N. (2022). Pemanfaatan Linktree Sebagai Solusi Masuknya Budaya Barat Terhadap Mahasiswa Dalam Pandangan Islam. *JIE (Journal of Islamic Education)*, 7(2), 143. <https://doi.org/10.52615/jie.v7i2.259>
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139.

<https://doi.org/10.36088/fondatia.v6i1.1711>

Khairunnisa, S. A., Rahman, M. C., Apriyanti, C., Putri, D. O., & Fajrussalam, H. (2022). Perilaku Konsumtif Penggunaan Online Shopping dan Sistem Pay Later dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Fondatia*, 6(1), 130–147. <https://doi.org/10.36088/fondatia.v6i1.1711>

Lina, L. F., & Ahluwalia, L. (2021). Customers' impulse buying in social commerce: The role of flow experience in personalized advertising. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 1–8. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.3837>

Maulida, D. M. (2021). Pandangan Ekonomi Islam terhadap Sikap Konsumerisme Akibat Metode Pembayaran Tunda Bayar (PayLater). *Transformatif*, 5(2), 131–144. <https://doi.org/10.23971/tf.v5i2.2980>

Pratika, Y., Salahudin, S., Riyanto, D. W. U., & Ambarwati, T. (2021). Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(3), 329–339. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2343>

Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>

Rahmawati. (2018). PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, PROMOTION, DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN SHOPEE (Studi Empiris pada Mahasiswa UMMagelang). *Universitas Muhammadiyah Magelang*.

Sani, A. (2020). *Jurnal Ilmiah Ecosystem Volume 20 Nomor 3 , September - Desember 2020* *Jurnal Ilmiah Ecosystem Volume 20 Nomor 3 , September - Desember 2020*. 20(ii), 261–271.

Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>

Setianingsih, E. S. (2019). Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak. *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)*, 8(2), 130. <https://doi.org/10.26877/malihpeddas.v8i2.2844>

Solihat, N. A., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 141–152.

Sunawar, A., Sekolah, R., Pertama, M., Pasar, M., & Tangerang, K. (2020).

Proses Pengambilan Keputusan Kelompok: Fenomenologi Penggunaan Teknik Rasional SDIT Muhammadiyah Pasar Kemis Tangerang. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, 1(1), 33–40. <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/jlpn>

Ulya, N. A., Noviekayati, I., & Ananta, A. (2022). Perilaku Pembelian Impulsif Merchandise K-Pop Pada Remaja Wanita Komunitas Stay Ditinjau Dari Gaya Hidup. *Biopsikososial: Jurnal Ilmiah Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Mercubuana Jakarta*, 6(2), 661. <https://doi.org/10.22441/biopsikososial.v6i2.16119>

Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(01), 35–48.

*Lampiran 6*

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**a. IDENTITAS**

Nama : Salma Oktavia Anisa  
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 27 Oktober 2000  
Alamat : Jl. Kauman gg 4, Bojong minggir, Kab.  
Pekalongan  
Email : Salmaoktavianisa@gmail.com  
Ayah : Muri  
Ibu : Ema

**b. RIWAYAT PENDIDIKAN**

SDN 02 Bojong minggir  
SMP Negeri 1 Bojong  
SMK Negeri 1 Kedungwuni  
UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Pekalongan, 20 Oktober 2023



Salma Oktavia Anisa