

**PENGARUH LITERASI EKONOMI, *LIFE STYLE*, MEDIA  
SOSIAL DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KONSUMTIVITAS  
MAHASISWA PADA PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DI *E-  
COMMERCE* PASCA PANDEMI COVID-19**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN  
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**DIAN SETIA UTAMI**

**NIM 4118052**

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

**2023**

**PENGARUH LITERASI EKONOMI, *LIFE STYLE*, MEDIA  
SOSIAL DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KONSUMTIVITAS  
MAHASISWA PADA PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DI *E-  
COMMERCE* PASCA PANDEMI COVID-19**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN  
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**DIAN SETIA UTAMI**

**NIM 4118052**

**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 di bawah ini:

Nama : Dian Setia Utami

NIM : 4118052

Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Ekonomi, *Life Style*, Media Sosial dan Religiusitas Terhadap Konsumtivitas Mahasiswa pada Pembelian Produk *Fashion* di *E-Commerce* Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid 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, 25 Oktober 2023

Yang menyatakan,



Dian Setia Utami  
NIM 4118052

## NOTA PEMBIMBING

**WILDA YULIA RUSYIDA, M. Sc**

Lamp : 2 (dua ekslembar)

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Dian Setia Utami

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Cq. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah  
PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan makalah skripsi saudara:

Nama : Dian Setia Utami

NIM : 4118052

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Ekonomi, *Life Style*, Media Sosial dan Religiusitas Terhadap Konsumtivitas Mahasiswa pada Pembelian Produk *Fashion* di *E-Commerce* Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pekalongan, 25 Oktober 2023

Pembimbing



**Wilda Yulia Rusyida, M. Sc**

NIP. 19911026 201903 2 014



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat: Jl. Pahlawan KM.5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161  
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

### PENGESAHAN

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

Nama : **Dian Setia Utami**

NIM : **4118052**

Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Ekonomi, *Life Style*, Media Sosial dan Religiusitas Terhadap Konsumtivitas Mahasiswa pada Pembelian Produk *Fashion* di *E-Commerce* Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

Telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 06 Desember 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Dewan Penguji,

Penguji I

**Happy Sista Devy, M.M.**

NIP. 199310142018012003

Penguji II

**Syifa Rohmah, M.M.**

NIP. 199408222022032001

Pekalongan, 11 Desember 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

NIP. 197502201999032001

## MOTTO

“Semua orang memiliki masanya masing-masing. Tak perlu terburu-buru,  
tunggulah. Kesempatan itu akan datang dengan sendirinya.”

-Gol D Roger. One Piece-

*“Do the best but don't feel the best”*

“ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

-Q.S Al Baqarah: 286-



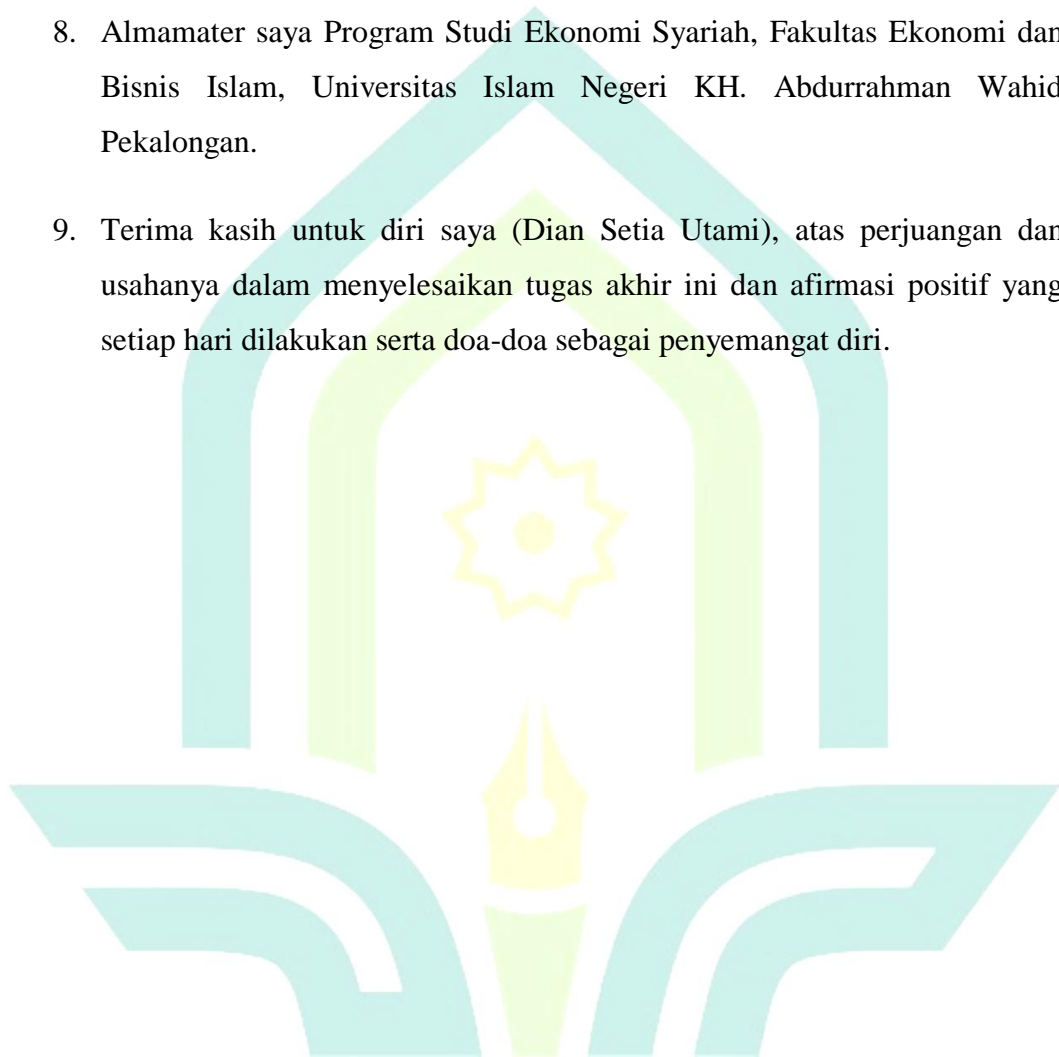


## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran 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 KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya 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 penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terimakasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Terimakasih kepada Allah Swt atas segala pertolongan dan kemudahan untuk saya dalam menyusun skripsi ini.
2. Terimakasih kepada Bapak, Ibu selaku orang tua saya dan yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan semangat serta nilai-nilai moral yang baik untuk saya.
3. Dosen pembimbing saya Ibu Wilda Yulia Rusyida, M. Sc, yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memotivasi, dan selalu mengapresiasi hasil kerja penyusunan skripsi saya.
4. Terimakasih kepada Kakak dan adik saya, Ari, Tri, dan Septi yang selalu membantu meskipun seringkali berbuat menyebalkan dan mengusik ketenangan saya dalam mengerjakan skripsi.
5. Bestieku yang cantik, baik hati, tidak sombong dan rajin menabung, Ela Marina dan Istikomah yang selalu mendukung dan menghiburku bagaimanapun keadaanya.

6. Beruang Grizly yang selalu mensupport, menghibur, dan memberi masukan yang terbaik.
7. Teman-teman seperjuangan saya, Sekar, Nuril, Wina, Widayah, Arinta, Anita, Khasna, Zilah dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu saya ketika penelitian ini berlangsung.
8. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
9. Terima kasih untuk diri saya (Dian Setia Utami), atas perjuangan dan usahanya dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan afirmasi positif yang setiap hari dilakukan serta doa-doa sebagai penyemangat diri.





## ABSTRAK

**DIAN SETIA UTAMI, Pengaruh Literasi Ekonomi, *Life Style*, Media Sosial dan Religiusitas Terhadap Konsumtivitas Mahasiswa pada Pembelian Produk *Fashion* di *E-Commerce* Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).**

Konsumtif merupakan kegiatan menghabiskan atau mengkonsumsi barang secara melewati batas kebutuhan untuk memenuhi keinginan dan mencapai kepuasan yang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari literasi ekonomi (X1), *lifestyle* (X2), media sosial (X3), dan Religiusitas (X4) terhadap konsumtivitas mahasiswa (Y) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan pada Pembelian Produk *Fashion* di *E-Commerce* Pasca Pandemi Covid-19.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berbasis data numeric dengan jenis penelitian ini adalah *field research*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *lifestyle* atau gaya hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumtifitas mahasiswa (Y), sedangkan literasi ekonomi (X1), media sosial (X3), dan religiusitas (X4) tidak berpengaruh terhadap variabel konsumtivitas mahasiswa (Y). Secara simultan keempat variabel bebas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap konsumtivitas mahasiswa pada Pembelian Produk *Fashion* di *E-Commerce* Pasca Pandemi Covid-19..

**Kata kunci:** Perilaku Konsumtif, Literasi Ekonomi, *Lifestyle*, Media Sosial, Religiusitas, dan *E-Commerce*.

## ABSTRACT

**DIAN SETIA UTAMI, The Influence of Economic Literacy, Life Style, Social Media and Religiosity on Student Consumption on Purchasing Fashion Products in E-Commerce After the Covid-19 Pandemic (Case Study of Students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).**

Consumptive is the activity of spending or consuming goods beyond the limits of needs to fulfill desires and achieve maximum satisfaction. This study aims to determine the effect of economic literacy (X1), lifestyle (X2), social media (X3), and Religiosity (X4) towards student consumption (Y) Faculty of Economics and Islamic Business UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan on Purchasing Fashion Products in E-Commerce After the Covid-19 Pandemic.

This research uses quantitative methods based on numeric data with this type of research is field research. The sample in this study was 100 students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. The data analysis used was multiple linear regression with the help of SPSS 23.

The results of this study show that lifestyle variables (X2) have a positive and significant effect on student consumption (Y), while economic literacy (X1), social media (X3), and religiosity (X4) have no effect on student consumption variables. Simultaneously, the four independent variables have a positive and significant influence on student consumption on the Purchase of Fashion Products in E-Commerce After the Covid-19 Pandemic.

**Keywords:** Consumptive Behavior, Economic Literacy, Lifestyle, Social Media, Religiosity, and E-Commerce. (Y).

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat rahmat-Nya saya dapat 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, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

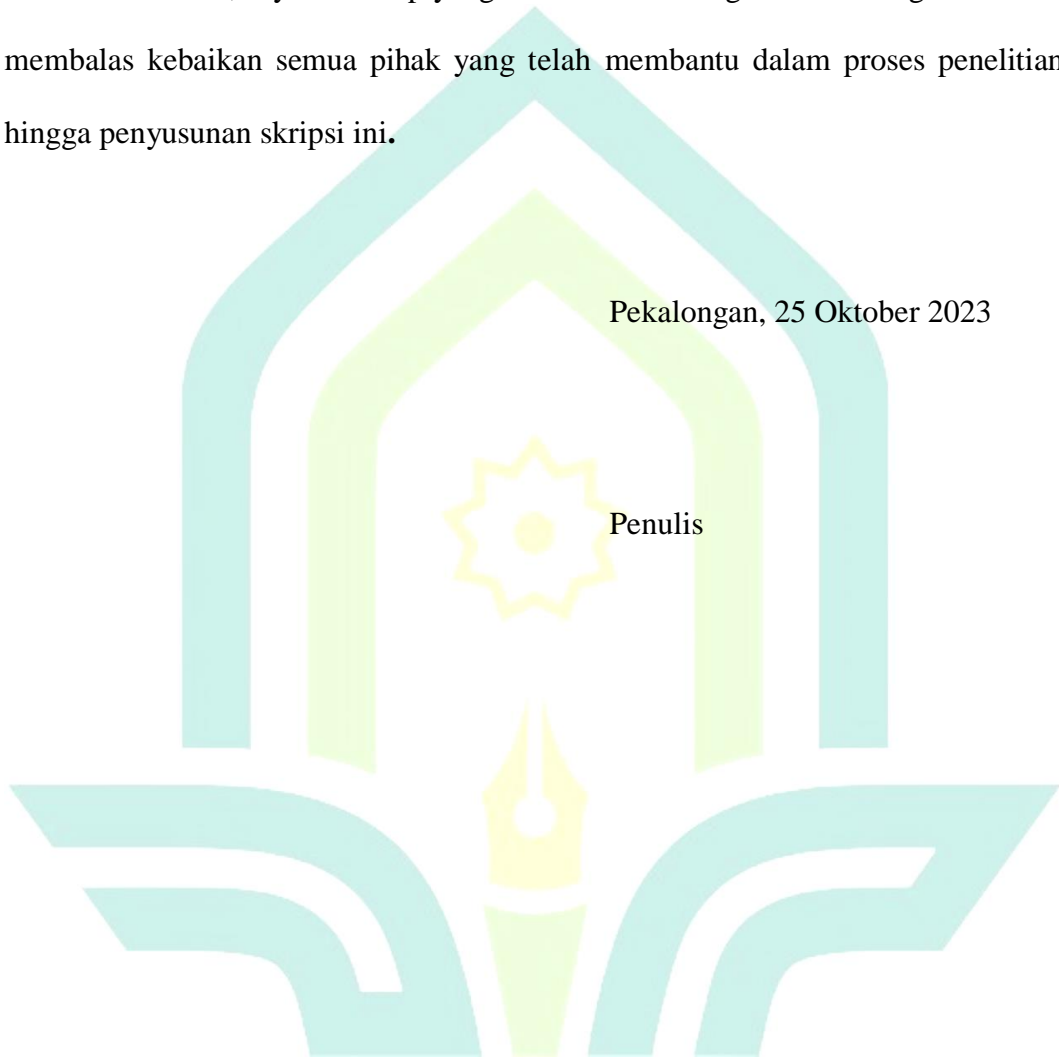
1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag selaku Rektor UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S. H., M. H selaku Dekan FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Aris Safi<sup>1</sup>, M. E. I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy, M. M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Wilda Yulia Rusyida, M. Sc selaku Dosen pembimbing saya, yang telah membimbing, mengarahkan, memotivasi, dan selalu mengapresiasi hasil kerja penyusunan skripsi saya.
6. Bapak Dr. Agus Fakhrina, M. S.i selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
7. Orang tua saya yang telah banyak memberikan bantuan dan support untuk saya baik moral dan material.

8. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid yang telah membantu mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
9. Orang-orang disekitar saya yang telah banyak membantu saya selama penelitian berlangsung.

Akhir kata, saya berharap yang terbaik dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini.

Pekalongan, 25 Oktober 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>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>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDAAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori .....	12
1. Konsumtivitas (Perilaku Konsumtif) .....	12
2. Literasi Ekonomi .....	18
3. <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup) .....	20
4. Media Sosial.....	24
5. Religiusitas .....	27
6. <i>Electronic Commerce</i> .....	31
B. Telaah Pustaka.....	33

C. Kerangka Berfikir.....	37
D. Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Pendekatan Penelitian .....	43
C. Setting Penelitian.....	43
D. Populasi penelitian .....	44
E. Sampel penelitian .....	45
F. Variabel Penelitian .....	46
1. Variabel Independen .....	46
2. Variabel Dependen.....	47
G. Sumber Data.....	48
H. Teknik dan Instrument Pengumpulan Data.....	49
I. Metode Analisis Data .....	50
1. Uji Kualitas Data (Instrument).....	50
2. Uji Asumsi Klasik .....	50
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	51
4. Uji Hipotesis.....	52
5. Analisis Determinasi .....	53
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
A. Gambaran Penelitian .....	54
1. Karakteristik Responden .....	54
a. Jenis Kelamin, Penggunaan <i>E-Commerce</i> dan Penggunaan Media Sosial.....	54
b. Tahun Angkatan .....	55
c. Usia.....	55
2. Deskripsi Data Penelitian .....	56
a. Deskripsi Variabel Literasi Ekonomi (X1) .....	56
b. Deskripsi Variabel <i>Lifestyle</i> (X2).....	57
c. Deskripsi Variabel Media Sosial (X3) .....	58
d. Deskripsi Variabel Religiusitas (X4) .....	59



e. Deskripsi Variabel Konsumtivitas (Y).....	59
B. Analisis Data.....	60
1. Uji Kualitas Data.....	60
a. Uji Validitas.....	60
b. Uji Reabilitas.....	62
2. Ujiasumsi Klasik.....	63
a. Uji Normalitas.....	63
b. Uji Multikolinieritas.....	63
c. Uji Heteroskedastisitas.....	64
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4. Uji Hipotesis.....	67
a. Uji F (Simultan).....	67
b. Uji T (Parsial).....	68
5. Analisis Determinasi ( $R^2$ ).....	70
C. Pembahasan.....	71
1. Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Konsumtivitas.....	71
2. Pengaruh Lifestyle terhadap Konsumtivitas.....	72
3. Pengaruh Media Sosial terhadap Konsumtivitas.....	74
4. Pengaruh Religiusitas terhadap Konsumtivitas.....	76
5. Pengaruh Literasi Ekonomi, Lifestyle, Media Sosial, dan Religiusitas terhadap Konsumtivitas.....	77
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan.....	79
B. Keterbatasan Penelitian.....	80
C. Implikasi.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini ialah hasil Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No.158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No.0543b/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang di pandang belum diserap kedalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap keadalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu ialah sebagai berikut:

### 1. Konsonan

Fenomena konsonan Bahasa arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian lagi dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tand sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	Ś	es (dengan titik diatas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	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	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
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

## 2. Vocal

Vocal Tunggal	Vokal Rangkap
a = َ	ai = َئِ
i = ِ	au = ُئِ
u = ُ	

### 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambannya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

a = ... ي... ا

i = ... ي...

u = ... وُ

### 4. Ta' marbutah

- Ta' marbutah hidup : ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t"
- Ta' marbutah mati : ta' marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h"
- Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

روضة الاطفال - raudah al-atfal

طلحة - talhah

### 5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu. Contoh:

رَبَّنَا - rabbana

نَزَّلَ - nazzala

## 6. Kata sandang

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah, ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah, ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Contoh:

السَّيِّدِ - sayyidu-as

القلم - al-qalam

## 7. Huruf hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif. Contoh:

النَّوْءِ - an-nau

إِنَّ - inna



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Pustaka .....	33
Tabel 3.1 Data Mahasiswa S1 FEBI Semester Ganjil Per 2022.....	45
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	47
Tabel 3.3 Instrumen Skala Penelitian .....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Penggunaan <i>E-Commerce</i> dan Penggunaan Media Sosial .....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	55
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Literasi Ekonomi (X1) .....	57
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel <i>Lifestyle</i> (X2) .....	57
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Media Sosial (X3) .....	58
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Religiusitas (X4) .....	59
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Konsumtivitas (Y) .....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas Instrumen .....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	64
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas.....	64
Tabel 4.13 Uji Regresi Berganda .....	66
Tabel 4.14 Uji F (Simultan) .....	68
Tabel 4.15 Uji T (Parsial) .....	69
Tabel 4.16 Analisis Determinasi ( $R^2$ ).....	70

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Diagram Produk yang Paling diminati di Toko Fisik dan E-Commerce.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>38</b>
<b>Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....</b>	<b>56</b>



## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1 Pengantar Izin Penelitian**

**Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian**

**Lampiran 3 Kuesioner**

**Lampiran 4 Data Mentah Hasil Penelitian**

**Lampiran 5 Output SPSS**

**Lampiran 6 Tabel r**

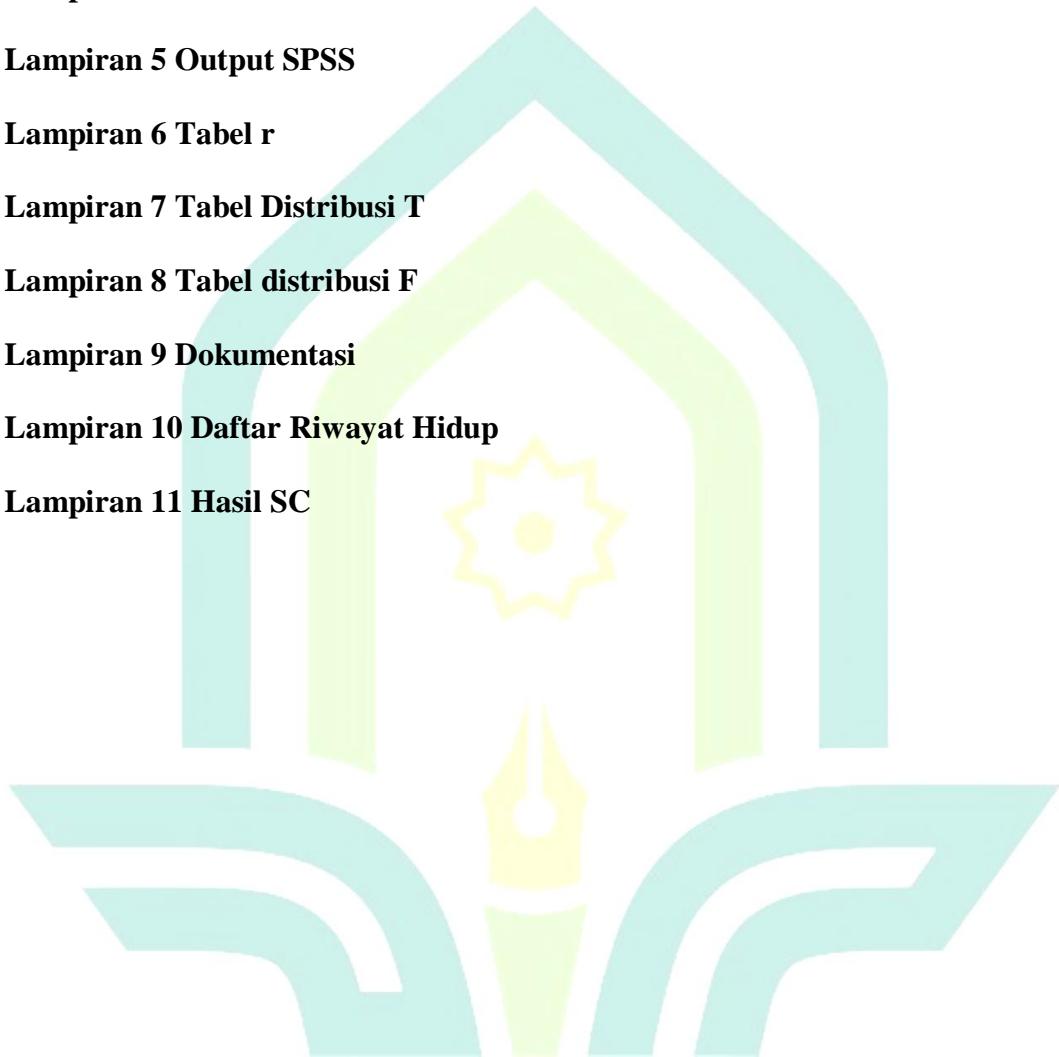
**Lampiran 7 Tabel Distribusi T**

**Lampiran 8 Tabel distribusi F**

**Lampiran 9 Dokumentasi**

**Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup**

**Lampiran 11 Hasil SC**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Hakikatnya manusia adalah makhluk ekonomi yang tidak terlepas dari aktivitas ekonomi dan kegiatan konsumsi, sehingga manusia dituntut untuk bijak dan bermoral dalam melakukan kegiatan ekonominya. Akan tetapi tidak jarang dalam memenuhi kebutuhannya seseorang cenderung melakukan apapun untuk memenuhi kepuasan hidupnya sehingga mereka seringkali berperilaku konsumtif yaitu dengan membeli barang dan/atau jasa yang sifatnya berlebihan atau tidak melalui perhitungan dalam tindakannya (Saebani, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa sifat konsumtif seseorang lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan hidupnya.

Perilaku konsumtif dapat merasuki siapa saja tak terkecuali kalangan mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid. Universitas Islam Negeri Abdurrahman wahid (UIN Gusdur) merupakan salah satu universitas yang berada di Kabupaten Pekalongan yang terletak di Jalan Pahlawan, Desa Rowolaku Kecamatan Kajen. Letak yang strategis karena berada di pusat kabupaten dan juga sebagai pusat pemerintahan. UIN Gusdur memiliki 4 fakultas, yaitu antara lain Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Ushuludin Adab dan Dahwah (FUAD), Fakultas Syariah (FASYA), serta Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK). Berdasarkan pengamatan peneliti, mahasiswa FEBI dalam berpenampilan lebih terlihat *moodist* dan fashionable dibandingkan dengan mahasiswa dari

fakultas lain. Dengan kata lain ketertarikan akan barang fashion untuk menunjang penampilan mahasiswa FEBI lebih tinggi dan berpotensi melakukan pola konsumsi yang berlebihan atau konsumtif. Apalagi *fashion* adalah kebutuhan yang nampak langsung terlihat oleh manusia lain, dan dapat menggambarkan strata sosial bagi pemakainya. Sehingga orang-orang terutama anak muda generasi Z apalagi kalangan mahasiswa berlomba-lomba untuk terlihat *fashionable* demi menopang penampilan yang dapat menarik kepercayaan diri dan mengikuti trend *life style* di era globalisasi. Karena gaya hidup dapat mencerminkan definisi sikap, kekayaan, nilai-nilai, serta posisi sosial seseorang sehingga anak muda zaman sekarang cenderung suka terlihat mencolok dikehidupan sosialnya (Hendraningrum & Susilo, 2008).

Dengan pengetahuan tentang ekonomi manusia dapat membuat suatu pilihan mengenai pengambilan keputusan ekonomi yang cerdas. Untuk itu diperlukannya literasi ekonomi untuk menentukan keputusan ekonomi yang bijak. Literasi ekonomi adalah kemampuan individu dalam memahami konsep-konsep ekonomi sebagai aturan rumah tangga dan cara berfikir ekonomi untuk menjalani kegiatan ekonomi yang bijak guna mendapatkan kesejahteraan hidup (Sina, 2012). Pada kenyataannya literasi ekonomi yang memadai tidak dimiliki oleh semua orang sehingga susah dalam membuat keputusan ekonomi yang cerdas. Mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) seharusnya paham dan sadar akan perilaku yang dilakukan dalam melakukan konsumsi atas dasar-dasar

kegiatan ekonomi yang sudah dipelajarinya secara khusus dalam pendidikan, akan tetapi masih banyak mahasiswa yang kedapatan melakukan pola konsumsi yang tidak bijak. Hal ini didasari atas teori Kotler yang menyatakan bahwa faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen salah satunya adalah proses belajar. (Daryanto dan Ismanto, 2014)

Perubahan gaya hidup mempengaruhi Perilaku konsumtif pada mahasiswa. Gaya hidup merupakan pola perilaku seseorang dalam menghabiskan uang dan mengalokasikan waktu dalam bentuk kegiatan, minat dan opini yang terbentuk dalam interaksi terhadap lingkungannya (Yuniarti, 2015). Gaya hidup dapat tercermin melalui kegiatan rutin yang dilakukan oleh seseorang dalam kesehariannya. Mahasiswa sebagai remaja jenjang akhir cenderung mengenakan apa yang biasanya teman sebaya mereka kenakan dengan mengikuti *Lifestyle* kekinian. Hal itu yang mengakibatkan konsumen jadi tidak bijak dan cenderung pada gaya hidup konsumtif. Apalagi sempat terjadi pandemi Covid-19 sejak tahun 2020 yang membuat para pelajar atau mahasiswa melakukan pekerjaannya melalui platform internet khususnya kegiatan perkuliahan, hal itu karena adanya kebijakan pemerintah berupa *stay at home* guna menghentikan penyebaran virus Covid-19 (Pandemi Covid-19 adalah penyebaran wabah penyakit berupa virus yang bernama Corona di tahun 2019 yang awal mula muncul di Cina hingga menyebar ke seluruh dunia).

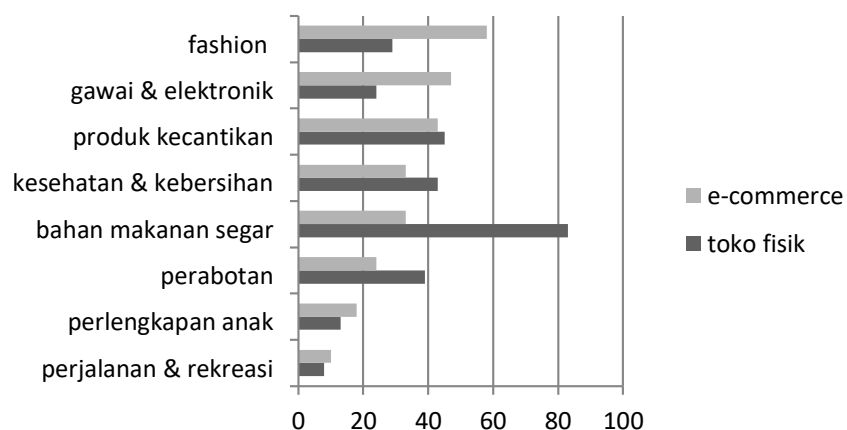
Adanya pandemi tersebut selain mengalihkan sistem pembelajaran juga merubah kebiasaan berbelanja kebutuhan fashion mahasiswa. Selama



Covid-19 mahasiswa terbiasa dengan pola konsumsi melalui media online dengan berbelanja di *e-commerce* karena dimanjakan dengan kemudahan transaksi proses pembelian dari pembayaran hingga pengiriman. Selain itu, mereka beranggapan bahwa berbelanja melalui *e-commerce* lebih mudah, cepat, dan nyaman. Dengan timbulnya persepsi positif terhadap *e-commerce* menjadikan permintaan akan barang *fashion* di *e-commerce* mengalami peningkatan. Dibuktikan dengan hasil survey oleh JakPat (Ahdiat, 2022) yang menyatakan bahwa 58% dari warga Indonesia memilih *e-commerce* untuk berbelanja kebutuhan *fashion* dari pada toko fisik. Dengan klasifikasi sebanyak 50% responden berasal dari generasi milenial, 36% dari generasi Z, dan selebihnya dari generasi X.

Gambar 1.1

Produk yang Paling diminati di Toko Fisik dan E-Commerce



Sumber : JakPat, Agustus 2022 (databoks)

Hingga sekarang masa normalisasi atau pasca pandemi kegiatan tersebut menjadi kebiasaan dan gaya hidup mahasiswa. Hal ini sesuai

dengan Pulungan & Febriaty (2018) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif dan budaya merupakan bagian dari gaya hidup. Sebagai pelaku ekonomi hal yang tepat terkait gaya hidup mahasiswa ialah dengan mengedepankan prioritas kebutuhan tidak pada eksistensi dilingkungan perkuliahan.

Merebaknya tren media sosial juga terkadang dapat mempengaruhi pola pikir mahasiswa. Media sosial adalah tempat pertemuan dan melakukan interaksi sosial secara online atau melalui dunia virtual dalam membagikan informasi atau bertukar pikiran dengan cepat dan mudah (Farasyi & Heni, 2021) . Segala sesuatu yang ada di media sosial dapat menjadi sumber motivasi dan dorongan akan perilakunya, tak terkecuali pada pola konsumsi. Dengan adanya iklan, promo, dan dengan brand ambassador seseorang dapat terpengaruh untuk melakukan atau membeli sesuatu yang dilihatnya. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Annisa Adzkia (2018), yang menyatakan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

Pola konsumsi seseorang juga dapat dilihat dari pemahaman agama yang dianutnya atau religiusitas seseorang. Religiusitas adalah segala sesuatu yang didasari oleh sebuah permasalahan dari perilaku sosial dan mempunyai konsep dari agama yang dianutnya (Jalaludin, 2011). Agama Islam menerangkan bahwa seorang mukmin dianjurkan untuk tidak melakukan pemborosan dalam mengkonsumsi suatu jasa dan barang karena jika megenal tuhan nya manusia tidak akan melakukan hal tersebut,

dalam Islam disebut juga dengan *tabzir* (menghambur- hamburkan harta tanpa guna) atau *israf* (pemborosan). Pada dasarnya agama menjadi pedoman hidup dan petunjuk arah manusia dalam menjalankan kegiatannya di dunia.

Terkait dengan hal itu maka seharusnya mahasiswa muslim dapat membatasi diri dalam melakukan tindakan konsumsi, akan tetapi tidak jarang seorang muslim menerapkan syariat dalam kegiatan ekonominya terutama dalam hal berbelanja. Apalagi dengan mahasiswa yang kebutuhan akan *fashion* guna mengikuti tren supaya tidak tertinggal oleh zaman sehingga menjadi suatu keharusan untuk mereka membeli barang-barang tersebut meskipun terkadang hanya untuk memenuhi keinginan atau hasrat bukan berdasarkan kebutuhan yang mendasar.

Dari beberapa penelitian terkait perilaku konsumtif terdapat beberapa temuan hasil yang saling bertolak belakang. Antara lain penelitian oleh Ayu Nurfitri (2020) menjelaskan bahwa Literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh terhadap pembelian konsumtif mahasiswa. Silvi Yani (2020) juga menuturkan dalam penelitiannya bahwa gaya hidup, media sosial, lingkungan sosial, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif . Akan tetapi menurut Asmarannida Ari Faatihah (2021) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwasannya gaya hidup, dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap pola konsumsi islam. Roikhatul Jannah (2019) juga menerangkan bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap konsumtivitas mahasiswa. Penelitian oleh Mitron &

Heni (2023) juga mengungkapkan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan maka peneliti tertarik untuk mengetahui kecenderungan perilaku pembelian konsumtif mahasiswa pada produk *fashion*. Penelitian ini dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul "Pengaruh Literasi Ekonomi, *Life style*, Media Sosial dan Religiusitas Terhadap Konsumtivitas Mahasiswa pada Pembelian Produk *Fashion* di *E-Commerce* Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)"

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah:

1. Apakah literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada pembelian produk *fashion* di *e-commerce* pasca pandemi Covid-19?
2. Apakah *life style* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada pembelian produk *fashion* di *e-commerce* pasca pandemi Covid-19?
3. Apakah media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada pembelian produk *fashion* di *e-commerce* pasca pandemic Covid-19?
4. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

mahasiswa pada pembelian produk *fashion* di *e-commerce* pasca pandemic Covid-19?

5. Apakah literasi ekonomi, *life style*, media sosial, dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada pembelian produk *fashion* di *e-commerce* pasca pandemi covid-19?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan adanya pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada pembelian produk *fashion* di *e-commerce* pasca pandemi Covid-19
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan adanya pengaruh *life style* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada pembelian produk *fashion* di *e-commerce* pasca pandemi Covid-19
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan adanya pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada pembelian produk *fashion* di *e-commerce* pasca pandemic Covid-19
4. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan adanya pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada pembelian produk *fashion* di *e-commerce* pasca pandemi Covid-19
5. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan adanya pengaruh literasi ekonomi, *life style*, media sosial, dan religiusitas terhadap perilaku

konsumtif mahasiswa pada pembelian produk *fashion* di *e-commerce* pasca pandemi Covid-19 secara simultan.

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

Penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan kemanfaatan kepada pihak yang bersangkutan setelah semua terjawab dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Adapun poin-poin yang dapat diambil manfaat dari penelitian yaitu diantaranya:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan sumbangan ilmu kepada pembaca terutama para konsumen pada kalangan mahasiswa mengenai pola konsumsi yang sehat dalam pembelian produk *fashion* berdasarkan pengetahuan ekonomi, gaya hidup, media sosial, dan religiusitas. Sehingga diharapkan pembaca mampu menerapkan pola konsumsi sesuai dengan syariat agama dan dapat menjaga pengelolaan keuangan dari hal yang tidak terlalu penting.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

Sebagai pengembangan ilmu dan praktik dalam kehidupan sosial dan bentuk evaluasi ilmu yang didapatkan semasa perkuliahan. Selain itu penelitian dapat menambah pengetahuan penulis tentang faktor-faktor konsumtifitas pada masyarakat khususnya mahasiswa dalam pembelian produk *fashion*.



b. Bagi Konsumen (Masyarakat)

Sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam melakukan kegiatan konsumsi untuk tidak melakukan tindakan konsumtif dalam membeli produk *fashion* dan sebagainya. Selain itu dapat memberi gambaran mengenai faktor konsumtifitas dalam analisis.

c. Bagi Akademisi

Sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian mengenai hal serupa serta memberikan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan kepada pembaca mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap konsumtifitas.

### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan disusun guna memberi gambaran dan pemaparan singkat mengenai susunan penulisan dalam penelitian yang akan dirancang secara sistematis. Peneliti menyajikan bahasan penelitian dalam lima bab membentuk sistematika penulisan dengan tujuan supaya bahasan penelitian ini terarah, dan berikut sistematika penulisan dalam penelitian:

**BAB I : Pendahuluan.** Pada bab ini secara umum meliputi latar belakang dengan urgensi penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

**BAB II : Landasan teori** yang menyangkut pembahasan teori mengenai penelitian, telaah pustaka sebagai bahan rujukan, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian

**BAB III : Metode penelitian** yang meliputi jenis penelitian, pendekatan

penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel penelitian, variable penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : Analisis data dan pembahasan, mencakup tentang pemahaman hasil pengujian hipotesis dan data-data penelitian.

BAB V : Penutup, memaparkan simpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian berupa saran dan rekomendasi, serta penyajian daftar pustaka.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh literasi ekonomi, *lifestyle*, media sosial, dan religiusitas terhadap konsumtifitas mahasiswa dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi ekonomi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap konsumtifitas mahasiswa pada pembelian produk fashion di *e-commerce* pasca pandemi Covid-19
2. *Lifestyle* berpengaruh secara signifikan terhadap konsumtifitas mahasiswa pada pembelian produk fashion di *e-commerce* pasca pandemi Covid-19.
3. Media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap konsumtifitas mahasiswa pada pembelian produk fashion di *e-commerce* pasca pandemi Covid-19.
4. Religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap konsumtifitas mahasiswa pada pembelian produk fashion di *e-commerce* pasca pandemi Covid-19, diterima.
5. literasi ekonomi, *lifestyle*, media sosial, dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada pembelian produk *fashion* di *e-commerce* pasca pandemi Covid-19.

## **B. Keterbatasan penelitian**

Keterbatasan yang dihadapi dalam penelitian menjadi faktor sebagai bahan evaluasi dalam penelitian selanjutnya. Sehingga penelitian yang mendatang dapat lebihdiperhatikan lagi dan lebih menyempurnakan atas kesalahan yang terjadi. Karena pada dasarnya penelitian ini masih terdapat kekurangan yang perlu diperbaiki lagi dalam penelitian kedepannya. Keterbatasan dalam penelitian yaitu antara lain:

- 1) Responden yang dimiliki hanya berjumlah 100 mahasiswa, sehingga dengan jumlah tersebut pastinya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya pada mahasiswa.
- 2) Kurangnya referensi yang relevan dengan penelitian khususnya pada pengambilan waktu atau masa penelitian yaitu pasca covid-19.
- 3) Kuesioner yang digunakan melalui media online yaitu berupa google form. Kuesioner dengan cara tersebut kurang efektif dan efisien karena minimnya antusias dalam pengisian atau keterbatasan relasi online yang ada.
- 4) Dalam proses pengambilan data melalui questioner yang di sebar, terkadang pendapat yang diberikan responden tidak menunjukkan hal yang sebenarnya, hal itu dikarenakan atas perbedaan pendapat atau dari kejujuran dalam menjawab questioner tersebut.
- 5) Untuk penelitian selanjutnya diharapkan pengambilan subjek bisa lebih luas lagi seperti lingkup penelitian berupa mahasiswa muslim sekabupaten atau antar universitas sekabupaten.

### C. Implikasi

Penelitian ini berimplikasi kepada mahasiswa Fakultas Bisnis Islam di UIN K.H. Abdurrahman Wahid dan berharap dapat memberi manfaat pengetahuan dan sumbangan ilmu untuk masyarakat umum mengenai pola konsumsi yang sehat dalam pembelian produk fashion berdasarkan pengetahuan ekonomi, gaya hidup, media sosial, dan religiusitas. Sehingga diharapkan pembaca mampu menerapkan pola konsumsi sesuai dengan syariat agama dan dapat menjaga pengelolaan keuangan dari hal yang tidak terlalu penting.

Karena gaya hidup adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap konsumtifitas mahasiswa. Maka mahasiswa perlu mengontrol dan memperbaiki gaya hidup terutama pada kebiasaan berbelanja barang secara berlebihan di *e-commerce*. Dengan memilah antara kebutuhan dan keinginan yang muncul pada benak ketika akan melakukan kegiatan belanja di *e-commerce*.

Motivasi dalam konsumsi dapat dicari melalui media sosial yaitu sebagai referensi produk yang sesuai dengan kebutuhan kita, sehingga sasarannya tepat dan kegunaannya berfungsi secara total. Selain itu memperdalam ilmu ekonomi dapat mengurangi resiko salah langkah dalam tindakan ekonomi khususnya konsumsi. Pemahaman ilmu agama juga dapat menjadi motivasi dalam melakukan kegiatan konsumsi. Dengan melakukan praktik konsumsi yang sesuai dengan syariat agama, maka akan terhindar dari perilaku konsumtif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiya, Annisa. 2018. "Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2017". Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta.
- Ahdiat, Adi. 2022. "Banyak Konsumen Lebih Pilih E-Commerce Untuk Berbelanja Fashion". Databoks 08/09/2022. Diakses pada 04 November 2022, 01.59. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/banyak-konsumne-lebih-pili-e-commerce-untuk-belanja-fashion>
- Bungin, M. Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Public Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Depok: Prenadamedia Group
- Damas Sulthoni, Ervin. 2021. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion di Online Shop pada Kalangan Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga". Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Daryanto dan Setyabudi, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Diana, Ilfi Nur. 2012. *Hadist-Hadist Ekonomi*. Malang: UIN Maliki Press.
- Echdar, Saban. 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Faatihah, Asmarannida Ari. 2021. "Pengaruh Literasi Ekonomi, Status Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup Dan Religiusitas terhadap Pola Konsumsi Islami di Pondok Pesantren Darul Qur'an Kepulauan Riau". *Nomicpedia. Journal of Economics and Business Innovation* 1 (2), 111-128, 2021.
- Farasyi, Fikri Al, dan Heni Iswati. 2021. "Pengaruh Media Sosial, E-Lifestyle dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif". *Syntax Idea* 3 (11), 2355-2371, 2021.
- Fransisca, Charissa & Erdiansyah, Rezi. 2020. Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Journal Prologia*, Vol. 4, No. 2, Oktober 2020, hal 435-439
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. 1991. *Ananlisis Butir untuk Instrument Angket, Tes, dan Skala*

*Nilai*. Yogyakarta: FP UGM.

Hawkins, et.Al. 2007. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: Mcgraw-Hill.

Hendraningrum, Retno & Susilo, M. Adi. 2008. Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 2, Mei-Agustus 2008. Hlm. 25-32

Ismawan, Mitron Bayu & Pamungkas, Heni Purwa. 2023. Pengaruh Media Sosial dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Online Shop. *Jambura Economic Education Journal*, volume 5 no 1 january 2023

Jannah, Roikhatul. 2019. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen, dan Keuangan*, Vol. 3 No.2 November 2023

KBBI. (<https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/literasi>)

Kementrian kesehatan. 2022. *Kasus Konfirmasi Harian Menurun Hingga 14.900 Terendah Sejak 1 Februari 2022*. Retrievet from kemenkes.go.id : <https://sehatnegriku.kemendes.go.id/baca/umum/20220312/0139520/kasus-konfirmasi-harian-menurun-hingga-14-900-terendah-sejak-1-februari-2022/>

Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. 2021. *Permasalahan Dasar, Motif, Prinsip Ekonomi, dan Pelaku Ekonomi*. <https://cdn-gbelajar.simpkb.id>

Kotler, P., Amstrong, G. 1997. *Dasar-dasar Pemarkaran : Jilid I. Alih Bahasa: Sindoro, a*. Jakarta: Prehallindo.

Kurniawan, C. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4) 2019.

Kusumastuti, Siwi. 2019, “Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, dan Kebudayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta”. Skripsi UNS (Universitas Sebelas Maret).

Lemeshow, Stanley, dkk. 1997. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Melina, Angra dan Wulandari, Saftia. 2018. “Pengaruh Literasin Ekonomi dan



Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stkip Ypm Bongko”, *Scientific Journal Of Economic Education*, vol. 2, 2018. Hlm. 142.

Mustomi, D., & Puspasari, A. 2020. Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Cermin: jurnal penelitian* 4(1), 133-147.

Nuraeni. 2015. “Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya, Dan Kontrol Diri, Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”. Skripsi UNY

Nurfitriya, Ayu. 2020. “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hiyatullah Jakarta”. Skripsi UIN Syarif Hiyatullah Jakarta. hlm. 129.

Notoatmodjo, S. 2003. *Metodologi Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Rineka Cipta.

Pengetahuan umum. 2023. *Mengungkap Kelemahan Generasi Z yang Terlihat Umum*. <https://m.kumparan.com>, Diterbitkan 25/09/2023 Diakses 10/12/2023

Priansa, Oni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.

Pulungan, D. R., & Febriaty, H. 2018. Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110. Retrieved from <http://ejournal.id/index.php/jism/article/view/173>

Sa'dyah, Chumidatus. 2007. *Ekonomi Untuk Kelas XI Sma dan MA*. Jakarta: Pusat Perbukuan, Departemen Pendidikan Nasional.

Sholihat, Ai Nur Dan Arnasik, Syamsudin. “Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi”. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*. 1, 2018.

Si'idah, Febriana, dan Fitriyati, Dhiyah. 2022. Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Paedagogy*. Vol. 9, No. 3: Juli 2022.

Sina, Peter Garlans. 2012. “Analisis Literasi Ekonomi”. *Jurnal Economica*. Vol. 8, No.2, 2012.



- Singgih, S. 2018. *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. S.. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Utami, Ela. 2019. "Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, Literasi Ekonomi, dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XII IPS SMA N 13 Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2018/2019". Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
- Yani, Silvi. 2020. "Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Lingkungan Sosial, dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan". *Thesis IAIN Pekalongan. IAIN Pekalongan : Repositori.iain.pekalongan*.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yustati, Herlina. 2022. Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui E-Commerce Pada Generasi Milenial di Era Covid-19. *Jurnal Aghinya STIENU Bengkulu. Volume 5 No 1 Januari-Juli 2022. E-ISSN 2621-8348*
- Zahra, Dhea Raudyatuz, and Anoraga, Pandji. 2021. The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 2 (2021) 1033-1041*

## Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### A. IDENTITAS

Nama : Dian Setia Utami  
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 04 Maret 2000  
Alamat : Desa Gejlig RT 02/RW 03, Kecamatan  
Kajen, Kabupaten Pekalongan  
Email : [diansetiautami103@gmail.com](mailto:diansetiautami103@gmail.com)  
Nama Ayah : Dasuki  
Pekerjaan Ayah : -  
Nama Ibu : Rummyati  
Pekerjaan Ibu : Pedagang

#### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SDN 02 Gejlig (2006-2012)
2. SMP : SMP N 2 Kajen (2012-2015)
3. SMA : SMA N 1 Bojong (2015-2018)

#### C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Koperasi Mahasiswa IAIN Pekalongan
  - Lembaga Bakat Minat (2019-2020)
  - Staff Produksi Bidang Usaha (2020-2021)