

**PENGARUH GAYA HIDUP, RELIGIUSITAS DAN KONTROL
DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA
SHOPEE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Walisongo Tahun Angkatan 2019)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S1)
Dalam Ilmu Manajemen



Oleh:

Rostika

NIM 1905056008

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2023**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdri. Rostika

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

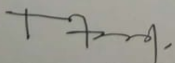
Nama : Rostika
NIM : 1905056008
Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : **"Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Di UIN Walisongo Semarang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Tahun Angkatan 2019)"**.

Demikian ini kami mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Demikian atas perhatiannya, harap jadi maklum dan kami ucapkan terima kasih.

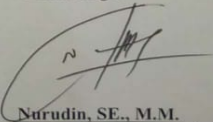
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Muchamad Fauzi, SE., M.M.
NIP: 197302172006041001

Semarang, 20 Februari 2023

Pembimbing II


Nurudin, SE., M.M.
NIP:199005232015031004

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus 3) Ngaliyan. Telp./Fax. : (024) 7601291, 7624691,
Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama: Rostika

NIM : 1905056008

Judul : "Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Walisongo Tahun Angkatan 2019)".

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus pada tanggal: 03 April 2023.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) tahun akademik 2022/2023.

Mengetahui,

Ketua Sidang

Dr. H. Maltuf Fitri, SE, MM, M. Gi
NIP. 197410162003121003

Sekretaris Sidang

Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 199005232015031004

Penguji I

Drs. Saekhu, M.H.
NIP. 196901201994031004

Penguji II

Farah Amalia, S.E., M.M.
NIP. 199401182019032026

Pembimbing I

H. Muchamad Fauzi, S.E., MM.
NIP. 197302172006041001

Pembimbing II

Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 199005232015031004



MOTTO

﴿ إِنَّ الْمُبْدِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴾

“Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT subhanahu wa ta'ala atas petunjuk, bimbingan serta nikmat sehat yang di berikan kepada pribadi penulis sehingga penulisan skripsi yang dikerjakan dapat tersusun dengan baik. Shalawat serta salam moga-moga dilimpahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad shallallahu'alaihi wa sallam, para sahabat dan semua pengikutnya yang setia di sepanjang zaman. Aamiin ya Robbal alamiin.

Penulisan skripsi ini ditulis dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu bapak Warjun beserta ibu Daswira dan tidak lupa adik saya tersayang Ananda Rizky Anugrah, yang selalu mengasahi dan mencintai saya sepenuh hati, yang tiada henti memberikan doa dan dukungan kepada saya baik berupa materi maupun non materi. Dan semua keluarga besar saya yang telah memberikan doa dan dukungannya.

DEKLARASI

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rostika

NIM : 1905056008

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul

**"PENGARUH GAYA HIDUP, RELIGIUSITAS DAN KONTROL DIRI
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENGGUNA
SHOPEE DI UIN WALISONGO SEMARANG (Studi Kasus Pada
Mahasiswa Tahun Angkatan 2019)"**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 23 Februari 2023


Rostika

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin berdasarkan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	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	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	ž	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

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan nada (‘).

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ-	Fathah	A	A
ِ-	Kasrah	I	I
ُ-	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي...ِ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و...ِ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

1. كَتَبَ kataba
2. فَعَلَ fa`ala
3. سئِلَ suila
4. كَيْفَ kaifa
5. حَوْلَ haula

C. Maddah

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

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

Contoh:

1. قَالَ qāla
2. رَمَى ramā
3. قِيلَ qīla
4. يَقُولُ yaqūlu

D. Kata Sandangan

Kata sandang dalam system 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 “1” 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 aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

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

Contoh:

1. الرَّجُلُ ar-rajulu
2. الْقَلَمُ al-qalamu
3. الشَّمْسُ asy-syamsu
4. الْجَلَالُ al-jalālu

ABSTRAK

Maraknya fenomena belanja online dikalangan masyarakat tak terkecuali mahasiswa membuat para pengguna shopee kurang realistis dalam mengambil keputusan berbelanja. Kemudahan belanja yang dapat dilakukan kapan dan dimana saja membuat pengguna shopee semakin tertarik dan memenuhi keinginannya dengan belanja online dan hal tersebut menjadi berkembang menjadi rasa candu. Banyaknya penawaran diskon dan gratis ongkir semakin membuat pengguna shopee tertarik sehingga membuat mereka belanja berlebihan. Perilaku konsumtif yang dalam Islam dikenal sebagai israf yaitu berlebihan bukanlah hal yang dianjurkan, dan seorang muslim harus menghindari sikap berlebihan atau boros agar terhindar dari perilaku konsumtif.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam variabel gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri terdapat pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee tahun angkatan 2019 di UIN Walisongo Semarang. Dan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianalisis dengan analisis regresi linier berganda, dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket serta teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* sebanyak 98 sampel yang merupakan mahasiswa pengguna shopee tahun angkatan 2019 di UIN Walisongo Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan untuk variabel religiusitas dan variabel kontrol diri memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci : Perilaku konsumtif, Gaya hidup, Religiusitas, Kontrol diri.

ABSTRACT

The rise of the online shopping phenomenon among the public, including students, makes shopee users less realistic in making shopping decisions. The convenience of shopping that can be done anytime and anywhere makes shopee users more interested and fulfill their desires by shopping online and this has developed into an addiction. The large number of discount offers and free shipping is increasingly attracting Shopee users, causing them to overspend. Consumptive behavior which in Islam is known as israf, namely excess is not recommended, and a Muslim must avoid excessive or extravagant behavior in order to avoid consumptive behavior.

This research was conducted with the aim of finding out whether the variables of lifestyle, religiosity, and self-control have an influence on the consumptive behavior of students who use shopee for class of 2019 at UIN Walisongo Semarang. And this study used a quantitative approach which was analyzed using multiple linear regression analysis, with the data collection method using a questionnaire or questionnaire as well as a sampling technique, namely purposive sampling of 98 samples who were students using shopee in class 2019 at UIN Walisongo Semarang.

The results of the study show that lifestyle variables have a positive and significant influence on consumptive behavior. And for the religiosity variable and self-control variable, it has a negative and insignificant effect on consumptive behavior.

Keywords: Consumptive behavior, lifestyle, religiosity, self-control.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat, hidayah serta inayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nanti-nantikan syafa'atnya di *Yaumul Qiyamah* nanti aamiin.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata satu. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof Dr. H. Imam Taufiq M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang dan tentunya beserta Wakil Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. M. Saifullah M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan beserta Wakil dekan UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Muchammad Fauzi S.E, MM., selaku Kajor Prodi Manajemen dan bapak Fajar Adhitya S.Pd., M.M., selaku Sekertaris Prodi Manajemen.
4. Bapak Rahman El-Junusi SE., M.M., selaku Dosen Wali yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis selama masa kuliah.
5. Bapak H. Muchammad Fauzi S.E, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar memberikan masukan kritikan, saran dan evaluasi dan motivasi dalam penyempurnaan skripsi penulis.
6. Bapak Nuruddin S.E, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar memberikan masukan kritikan, saran dan evaluasi.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang memberikan ilmu dan sudah mendidik saya dengan penuh kesabaran. Dan semoga menjadi amal jariyah aamiin aamiin.
8. Bapak, Ibu dan keluarga tercinta, yang selalu mendoakan siang dan malam telah memberikan dan tentunya tidak ada henti-hentinya memberikan motivasi, semangat untuk menyelesaikan skripsi saya.
9. Teman-teman seperjuangan kelas manajemen angkatan 2019 dan tentunya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang yang telah senantiasa memberikan motivasi dan semangat untuk saya.

10. Keluarga besar KPMDDB, IKMAL, FORMASI.

11. Semua Pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini. Penulis meyakini bahwa penulisan skripsi ini memang masih banyak kekurangan baik itu kata ataupun materi, untuk itu penulis sangat berterimakasih yang sebanyak-banyaknya atas masukan dan kritika yang bersifat membangun untuk penyempurna skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dengan balasan yang lebih baik dari yang diberikan kepada penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Semarang, 23 Februari 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rostika', written in a cursive style.

Rostika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	0
PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kerangka Teori.....	13

2.1.1	Perilaku Konsumtif	13
2.1.2	Gaya Hidup	18
2.1.3	Religiusitas	25
2.1.4	Kontrol Diri	31
2.2	Penelitian Terdahulu	36
2.4	Hipotesis.....	41
BAB III		45
METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	Jenis dan Sumber Data Penelitian	45
3.1.1	Jenis Data Penelitian.....	45
3.2	Populasi dan Sampel.....	46
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.5	Teknik Analisis Data	51
3.6	Uji Asumsi Klasik	53
3.7	Pengujian Hipotesis	54
BAB IV		57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.1.1	Gambaran Umum Shopee	57
4.1.2	Profil UIN Walisongo Semarang	58
4.2	Gambaran Umum Responden	58
4.3	Teknik Analisis Data	60
4.3.1	Deskriptif Statistik.....	60
4.3.2	Uji Validitas	65

4.3.3	Uji Reliabilitas.....	67
4.4	Uji Asumsi Klasik	68
4.4.1	Uji Normalitas	68
4.4.2	Uji Heterokedastisitas	70
4.4.3	Uji Multikolinearitas.....	72
4.5	Pengujian Hipotesis	73
4.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.5.2	Koesfisien Determinasi.....	75
4.5.3	Uji f.....	75
4.5.4	Uji T.....	76
BAB V.....		85
PENUTUP.....		85
KESIMPULAN.....		85
SARAN.....		86
DAFTAR PUSTAKA.....		87
LAMPIRAN.....		93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		121

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 2.2 Kerangka Teori	42
Tabel 3.1 Poin Skala Likert.....	50
Tabel 3.2 Variabel Penelitian	51
Tabel 4.1 Frekuensi Transaksi.....	61
Tabel 4.2 Klasifikasi Jenis Kelamin	61
Tabel 4.3 Klasifikasi Fakultas	62
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	63
Tabel 4.5 Hasil Deskriptif Tingkat Gaya Hidup	64
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Tingkat Religiusitas.....	66
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Tingkat Kontrol Diri.....	68
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Tingkat Perilaku Konsumtif.....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas Uji Spearman's rho.....	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi	81
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	82
Tabel 4.17 Hasil Uji	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Ecommerce di Indonesia.....	3
Gambar 2 Diagram Lingkaran Hasil Pra Riset.....	6
Gambar 3 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	68
Gambar 4 Hasil Uji Normalitas probability Plot.....	69
Gambar 5 Hasil Uji Heterokedastisitas Grafik Scatterplot	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 2 Jawaban Responden	106
Lampiran 3 Hasil Output SPSS Statistik Deskriptif	117
Lampiran 4 Hasil Output SPSS Statistik Uji Validitas	117
Lampiran 5 Hasil Output SPSS Statistik Uji Reliabilitas	126
Lampiran 6 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik	128
Lampiran 7 Hasil Output SPSS Uji Hipotesis	131

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini terjadi perubahan yang pesat dalam kegiatan ekonomi dengan adanya internet. Pengguna internet di Indonesia terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun, berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyebutkan bahwa pada masa sebelum pandemi pengguna internet di Indonesia yaitu 175 juta, dan data terbaru pengguna internet di Indonesia berdasarkan data APJII yaitu mencapai 210 juta. Artinya terdapat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia sekitar 35 juta.¹ iInternet yang semakin canggih dapat memberikan informasi secara cepat dan dapat membantu kebutuhan manusia, salah satunya dalam memperoleh informasi. Manusia memiliki kebutuhan yang harus terpenuhi dan tidak dapat di tinggalkan, seperti kebutuhan konsumsi. Kebutuhan manusia yang beragam mulai dari kebutuhan sandang, pangan, hingga papan harus terpenuhi. Dan dengan berkembangnya internet manusia dapat melakukan belanja dan pemasaran melalui media elektronik untuk memenuhi kebutuhannya.

Media elektronik dalam pemasaran sistem *online* menjadi semakin luas dan mudah. Pemasaran sistem *online* banyak digemari dan menjadi kebutuhan produsen maupun konsumen, seperti dalam kegiatan jual beli *online* untuk memenuhi kebutuhan hidup.² Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia mengalami perubahan dalam pola transaksi, dari yang tadinya belanja dilakukan secara *offline* atau dilakukan di pasar, toko-toko atau mall sekarang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan media *online*. Belanja melalui media *online* atau dikenal dengan belanja *online* menjadi tren di tengah-tengah

¹Intan Rahmawati Dewi, "Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022", *CNBC Indonesia.Com*, 2022, accessed November 24, 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022/amp>.

²Gama Pratama, "Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Jurnal Ecopreneur Analisis 1* (2020): 21–34.

masyarakat. Belanja *online* menurut Nugroho adalah sebuah bentuk dari perkembangan teknologi dalam bidang perdagangan yang berupa adanya transaksi dengan melalui media internet yang dapat menghubungkan antara penjual dan pembeli.³

Fenomena gemar belanja *online* bukanlah hal yang asing lagi di kalangan masyarakat, menurut laporan “*Navigating Indonesia’s E-Commerce: Omnichannel as the Future of Retail*” menunjukkan bahwa 74,5 % konsumen lebih banyak melakukan belanja secara *online* dari pada belanja secara *offline*, hal tersebut menunjukkan masyarakat semakin bergantung pada produk dan layanan *online*, perilaku tersebut semakin mendorong konsumen untuk berbelanja *online*.⁴ Budaya belanja *online* dapat dilakukan karena semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi, seperti internet yang semakin canggih dan luas jangkauannya. Belanja *online* banyak dilakukan oleh masyarakat melalui aplikasi, *website*, *e-commerce* dan yang lainnya. *E-commerce* merupakan perangkat elektronik serta teknologi dalam kegiatan perdagangan, seperti interaksi antara bisnis dengan bisnis, atau bisnis dengan konsumen, yang pada intinya *e-commerce* melibatkan pembeli, manufaktur, penjual, dengan melalui jaringan komputer atau internet.⁵

Berdasarkan data dari Kementrian Kominfo yang menyatakan bahwa *E-Commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan mencapai 78 persen serta berada pada peringkat pertama, dan peringkat kedua yaitu Meksiko dengan pertumbuhan 59 persen.⁶ Dengan adanya *E-commerce* memudahkan masyarakat dalam belanja

³Irfan Aulia Syaiful, Khairul Rizal, and Anggit Verdaningrum Kumala Sari, “Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Di Toko Daring: Peran Faktor Psikologis Persepsi Kualitas Produk Dan Tingkat Kepercayaan”, *Jurnal Penelitian Psikologi* 2, no. 2 (2018): 195.

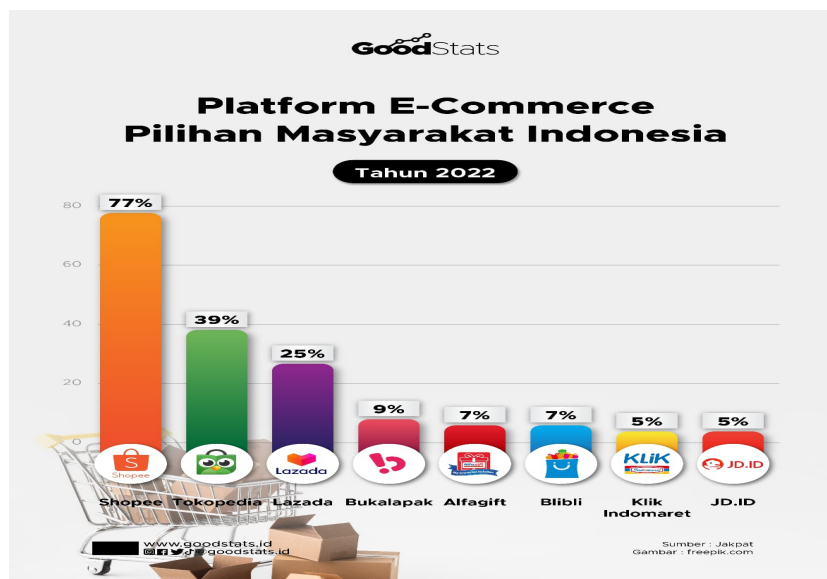
⁴Fika Nurul Ulya, “Riset: Masyarakat Lebih Banyak Belanja Online Dibanding Offline”, *Kompas.Com*, 2021, accessed November 24, 2022, <https://amp.kompas.com/money/read/2021/10/22/211000926/riset-masyarakat-lebih-banyak-belanja-online-dibanding-offline>.

⁵Zuhdan Ady Fataron and Hariyanti Rohmah, “Effect Analysis of Trust, Ease, Information Quality, Halal Product on Online Purchase Decision of 2016-2018 Batch Students of Islamic Economics Study Program in UIN Walisongo at Shopee Marketplace”, *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 1, no. 1 (2020): 3.

⁶“Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 79 Persen,” *Www.Kominfo.Go.Id*, 2019, accessed November 24, 2022, https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media.

online, dengan belanja online masyarakat tidak perlu bepergian kepasar, kepanasan, kejujangan dan yang lainnya karena belanja melalui *e-commerce* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Di Indonesia terdapat beberapa *e-commerce*, beberapa *e-commerce* tersebut diantaranya, adalah tokopedia, lazada, shopee, bukalapak, alfagift, JD.ID, Blibli, Klik indomaret dan yang lainnya.

Gambar 1
E-Commerce di Indonesia



Sumber: GoodStast.id (2022)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan hasil survey Jakpat yang menunjukkan hasil bahwa *platform e-commerce* yang paling banyak di gunakan di Indonesia adalah shopee, sehingga shopee masih menjadi raja *platform e-commerce* di Indonesia. Berdasarkan survey tersebut shopee mendapatkan persentase 77 persen dan mendapat 3 persen peningkatan dari survey sebelumnya. Shopee menjadi *e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dan mendapat persentasi paling banyak yaitu 77 persen dibanding *e-commerce* lain seperti tokopedia 39 persen, lazada 25 persen, bukalapak 9 persen, alfagift 7 persen, blibli 7 persen, klik indomaret 5 persen, dan JD.ID 5 persen.⁷ Dengan

⁷Galih Ayu Palupi, "Shopee Masih Jadi E-Commerce Pilihan Utama Masyarakat Indonesia," *GoodStatst.Id*, 2022, accessed November 24, 2022, <https://goodstats.id/article/jakpat-shopee-masih-rajai-e-commerce-pilihan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-scYdn>.

hasil pencapaian shopee tersebut, maka shopee menarik untuk dijadikan sebagai obyek penelitian serta sebagai pencari informasi lebih dalam terhadap pengguna shopee.

Shopee memberikan produk yang lengkap dan layanan yang mudah sehingga banyak konsumen yang tertarik. Shopee juga mempromosikan produknya melalui iklan sehingga lebih dikenal masyarakat. Namun dengan kemudahan belanja melalui shopee tersebut membuat manusia kurang realistis dalam mengambil keputusan untuk berbelanja, dan apabila manusia tidak dapat dengan baik mengatur perilaku tersebut dapat membuat manusia berperilaku konsumtif. Dan shopee dapat memberikan pengaruh terhadap konsumen untuk selalu berbelanja, maka dapat menimbulkan perilaku konsumtif pengguna shopee. Perilaku konsumtif tidak hanya dikalangan orang dewasa namun dikalangan remaja dan mahasiswa pun perilaku konsumtif bisa juga terjadi.

Perilaku konsumtif menurut Wahyudi merupakan perilaku individu yang tidak menggunakan pertimbangan yang masuk akal, keinginan yang besar dalam memiliki produk yang mewah serta berlebihan, dan memakai semua hal yang menurutnya mahal karena didorong oleh keinginan bukan karena kebutuhan agar dapat memenuhi kesenangannya.⁸ Kebutuhan merupakan sesuatu yang harus dipenuhi atau keadaan yang tidak merasakan kepuasan tertentu. Sedangkan Keinginan merupakan hasrat atau kehendak yang besar akan memiliki sesuatu atau sebagai pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan yang lebih mendalam.⁹ Perilaku konsumtif seperti boros dan berlebih-lebihan bukanlah hal yang baik, dan tidak dianjurkan pula dalam islam, seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an surah Al-Isra ayat 27 yaitu:¹⁰

﴿ إِنَّ الْمُبْدِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴾

“Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”.

⁸Elly Anggraeni and Khasan Setiaji, “Pengaruh Media Sosial Dan Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *172-180* 7, no. 1 (2018): 172–180.

⁹Ade Priangani, “Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global,” *Jurnal Kebangsaan* 2, no. 4 (2013): 1–9.

¹⁰“Al-Qur’an,” accessed November 8, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/Al-Isra/17/27>.

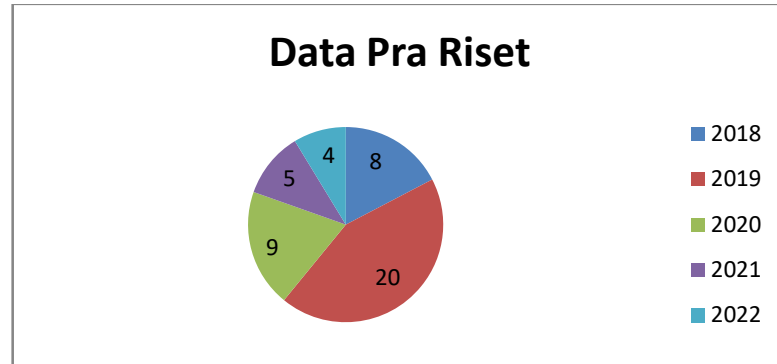
Ayat tersebut adalah sebuah larangan berperilaku boros dengan mengeluarkan uang secara berlebih-lebihan. Pemborosan dalam memenuhi gaya hidup akan mengacu pada perilaku konsumtif individu, diperlukannya kontrol diri dalam setiap diri individu disertai pemahaman akan religi agar dapat mencegah perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif bisa juga terjadi dikalangan mahasiswa, karena pada kenyataannya para mahasiswa banyak menggunakan shopee untuk belanja *online*. Hal tersebut hampir terjadi di semua Universitas yang ada di Indonesia, seperti di UIN Walisongo Semarang yang merupakan satu-satunya Universitas Islam Negeri yang terdapat di Semarang, dan Universitas tersebut berbeda dengan Universitas umum lainnya karena banyak mahasiswa yang lulusan pesantren, dan banyak mata kuliah yang berbau islami.¹¹ UIN Walisongo Semarang merupakan universitas yang memiliki dasar religiusitas, karena di UIN Walisongo di ajarkan materi-materi tentang keagamaan, dan didukung dengan adanya kegiatan intra maupun ekstra kampus yang berhubungan dengan religi dan menanamkan ajaran-ajaran Islam, dengan begitu seharusnya terhindar dari perilaku konsumtif, namun kenyataannya sering terlihat perilaku mahasiswa yang berlebihan dalam konsumsi dan memperlihatkan gaya hidup yang hedonisme.

Fenomena belanja online di kalangan mahasiswa yang didapatkan oleh peneliti berdasarkan hasil kuesioner pra penelitian dengan menyebarkan kuesioner melalui media sosial kepada mahasiswa UIN Walisongo sebagai berikut:

¹¹LPM idea, "Fakta Menarik UIN Walisongo Yang Tidak Diketahui Mahasiswa 2020 Dan 2021," *Www.Ideapers.Com*, 2021, accessed November 24, 2022, <https://www.ideapers.com/2021/08/fakta-menarik-uin-walisongo-yang-tidak-diketahui-mahasiswa-2020-2021.html?m=1>.

Gambar 2
Diagram Lingkaran Hasil Pra Riset



Sumber : data pra riset (2022)

Dengan hasil pra riset tersebut, maka rinciannya sebagai berikut: angkatan angkatan 2018 sebanyak 8 atau 17,8%, angkatan 2019 sebanyak 20 atau 44,4%, angkatan 2020 sebanyak 9 atau 20%, angkatan 2021 sebanyak 5 atau 11,1%, dan angkatan 2022 sebanyak 4 atau 8,9%. Sehingga disimpulkan bahwa pengguna shopee terbanyak di UIN Walisongo adalah angkatan 2019 sebanyak 20 atau 44,4%.

Dan hasil pra riset juga menunjukkan mahasiswa cenderung mengeluarkan uang untuk transaksi belanja online melalui shopee dalam 1 bulan bisa sampai Rp 1.000.000 untuk membeli produk-produk di shopee yang di inginkannya dan bukan berupa kebutuhan pokok. Produk yang paling banyak di beli yaitu skincare, tas, sepatu, alat elektronik dan lainnya untuk menunjang penampilan atau *fashion* agar tidak ketinggalan trend. Mereka sering berbelanja di shopee karena tergiur dengan diskon atau hadiah yang ditawarkan, produk yang menarik, dan kupon gratis ongkir yang ditawarkan shopee meskipun mereka tidak begitu membutuhkan barang tersebut.

Studi pendahuluan juga telah dilakukan oleh peneliti dengan melalui metode wawancara pada mahasiswa angkatan 2019 yang menggunakan shopee dengan hasil sebagai berikut:

Wawancara dilakukan pada subjek pertama, yaitu mahasiswa fakultas FEBI yang berinisial YR¹²

“... belanja dishopee aku sering bisa sampai beberapa kali dalam dalam seminggu, soalnya aku suka beli barang-barang kaya skincare gitu, aku juga koleksi lipstick, aku pake 2 atau 3 biasanya tapi yang lainnya aku pajang dikamar soalnya aku suka warna-warna lipstick yang nude dan bentuk-bentuknya lucu jadi suka asal khilaf beli, sampai kadang uang yang biasanya untuk 2 bulan bisa cukup buat 1 bulan doang...”

Wawancara kedua dilakukan pada mahasiswa fakultas FDK yang berinisial IK¹³

“...saya sebenarnya mau hemat tapi kadang liat barang-barang kaya sepatu, tas suka khilaf checkout soalnya takut nanti kehabisan, aku suka beli sepatu yang bermerek soalnya kekinian tapi kadang uangnya cepet habis jadi gabisa nabung...”

Wawancara ketiga dilakukan pada mahasiswa fakultas FSH yang berinisial NA¹⁴

“...gue sering belanja dishopee barang-barang kaya baju, kerudung, tas yang lagi trend gitu soalnya kan ada gratis ongkir juga dan ga ribet, kadang satu kali checkout bisa beli 2-3 barang, gue beli banyak barang biar bisa nyesuain sama kegiatan-kegiatan gue, biar ga norak gitu nanti malu, tapi kalo ketahuan mama bisa dimarahin juga si soalnya uangnya cepet habis...”

Hasil wawancara yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif yang terjadi menunjukkan bahwa barang-barang yang dibeli merupakan barang-barang yang sedang trend seperti yang dilakukan NA ataupun mengoleksi barang-barang agar memenuhi keinginannya seperti yang dilakukan YR dan IK.

¹² YR, mahasiswa FEBI, wawancara, Semarang 5 April 2023.

¹³ IK, mahasiswa FEBI, wawancara, Semarang 5 April 2023.

¹⁴ NA, mahasiswa FEBI, wawancara, Semarang 5 April 2023.

Narasumber YR, IK dan NA melakukan tindakan tersebut didasarkan pada keinginan dalam diri mereka. Dan hal ini diperkuat dengan perilaku konsumtif menurut Sumartono, Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan membeli produk yang dilakukan tanpa pertimbangan yang masuk akal dan bukan karena kebutuhan, tetapi dilakukan berdasarkan karena keinginan. Aspek perilaku konsumtif tersebut yakni pembelian produk sebab tawaran bonus atau hadiah yang ditawarkan, seperti diskon atau potongan harga yang ditawarkan, kupon gratis ongkir, dan karena kemasan yang lucu dan menarik.¹⁵

Perilaku konsumtif menurut Irmasari dapat memberikan dampak negatif, diantaranya yaitu dapat menyebabkan kecemburuan sosial, mempersulit menabung, dan tidak memikirkan apa yang sudah dibutuhkan orang. Dampak negatif muncul ketika seseorang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhannya.¹⁶ Shopee dapat memberikan pengaruh terhadap individu agar selalu berbelanja pada layanannya dan dapat menimbulkan perilaku konsumtif pada pengguna shopee. Menurut Mangkunegara Perilaku konsumtif sendiri dipengaruhi oleh dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti motivasi, pengamatan, dan proses pembelajaran, kepribadian serta konsep diri. Faktor eksternal seperti kebudayaan, kelas sosial, kelompok anutan, serta keluarga. Kebiasaan perilaku pengguna shopee dalam konsumsi dapat mencakup faktor dalam dan faktor luar seperti gaya hidup, religiusitas, serta kontrol diri.¹⁷

Gaya hidup menurut Kasali adalah pola konsumsi seseorang yang menggambarkan pilihan individu tersebut pada beberapa hal, serta bagaimana seseorang menggunakan uang serta waktunya.¹⁸ Dan religiusitas menurut

¹⁵Rika Wahyuni et al., “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang”, *Jurnal Benefita* 4, no. 3 (2019): 548–559.

¹⁶Indah Apriliani, Lania Muharsih, and Nita Rohayati, “Fanatisme Dan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Penggemar K-Pop Di Karawang”, *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang* 1, no. 1 (2021): 75–84.

¹⁷Eni Lestarina et al., “Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja”, *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (2017): 1–6.

¹⁸Bintang Jalasena Anoraga and Sri Setyo Iriani, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy”, *BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 6, no. 2 (2018): 139.

Jalaludin adalah keadaan pada diri seseorang yang mendorong dalam berperilaku pada kehidupan sehari-hari sesuai ketaatannya terhadap religi atau agama.¹⁹ Serta kontrol diri menurut Chaplin adalah kemampuan dalam mengatur tingkah laku atau sikap dan kemampuan dalam mencegah dan menghindari perilaku impulsif.²⁰ Kontrol diri diartikan sebagai kegiatan mengendalikan sikap yang berkaitan dengan bagaimana seseorang mengendalikan emosinya dan dorongan yang ada pada dirinya.²¹

Terdapat research gap dari beberapa penelitian terdahulu, terdapat beberapa perbedaan mengenai gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri akan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee. Penelitian yang dilakukan oleh Melina dan Wulandari menunjukkan bahwa variabel gaya hidup mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi pendidikan ekonomi STKIP YPM Bangko.²² Sedangkan, penelitian Risnawati dkk., menunjukkan bahwa variabel gaya hidup mempengaruhi positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.²³

Penelitian yang dilakukan oleh Arif Rahmat, menunjukkan bahwa variabel religiusitas mempunyai pengaruh signifikansi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berarti, semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin rendah perilaku konsumtif.²⁴ Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki hubungan negatif dan sangat

¹⁹Fifi Afyanti Triuspitorini, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah", *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2020): 54–69.

²⁰Fiki Febrian Dwi Prasetya, "Kontrol Diri Dan Persepsi Terhadap Iklim Sekolah Dengan Perilaku Bullying Pada Siswa," *Jurnal Kepemimpinan & Pendidikan Islam* 6, no. 1 (2022): 104–120.

²¹Bagas Tripambudi and Endang sri Indrawati, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro," *Empati* 7, no. April (2020): 189–195.

²²Angra Melina and Saftia Wulandari, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko," *Scientific Journals of Economic Education* 2, no. 1 (2018): 143.

²³Risnawati, Sri Umi Mintarti, and Cipto Wardoyo, "Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa," *Jurnal Pendidikan* 3, no. 4 (2018): 430–436.

²⁴Arif Rahmat, Asyari, and Hesi Eka Puteri, "Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (2020): 39.

signifikan terhadap perilaku konsumtif.²⁵ Sementara, penelitian Rohana menunjukkan bahwa variabel religiusitas mempengaruhi negatif dan tidak signifikan.²⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Nainggolan menunjukkan bahwa variabel kontrol diri secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.²⁷ Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulita menyatakan variabel kontrol diri mempengaruhi negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.²⁸ Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani yang menyatakan variabel kontrol diri mempengaruhi negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.²⁹ Berdasarkan uraian di atas, penulis terdorong untuk meneliti terkait perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee, atas dasar tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee** (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Walisongo Tahun Angkatan 2019)”

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee di UIN Walisongo Semarang angkatan 2019?

²⁵Fajar Wahyu Saputra, “Hubungan Antara Religiusitas Dan Konsep Diri Dengan Tingkat Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Fashion Melalui E-Commerce Pada Mahasiswa,” *Skripsi*, Surakarta 2022.

²⁶Fatkhul sani Rohana, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek R2)”, *Skripsi*, 2017, <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/29578/>.

²⁷Hermin Nainggolan, “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan”, *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5, no. 1 (2022): 810–826.

²⁸Yulita, Ati Sumiati, and Sri Zulaihati, “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Online Food Delivery Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”, *Skripsi* 1, no. 1 (2022): 1–15.

²⁹Rianti Hikmah Ramadhani, “Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)”, *Skripsi*, (Universitas Sumatera Utara, 2019).

2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee di UIN Walisongo Semarang angkatan 2019?
3. Apakah kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee di UIN Walisongo Semarang angkatan 2019?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee di UIN Walisongo Semarang angkatan 2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee di UIN Walisongo Semarang angkatan 2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee di UIN Walisongo Semarang angkatan 2019.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis
Harapannya bisa bermanfaat sekaligus memberikan kontribusi ilmu pengetahuan serta dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang relevan.
2. Manfaat Secara Praktis
 - a. Bagi mahasiswa diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi bahan masukan untuk efisiensi serta efektivitas perilaku mahasiswa dalam melakukan konsumsi supaya terhindar dari perilaku yang konsumtif.
 - b. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai sarana agar dapat berlatih dan mengembangkan pikiran serta ilmu pengetahuan

sekaligus menambah wawasan agar dapat berfikir yang kritis serta sistematis.

- c. Bagi pembaca, diharapkan dapat memberikan manfaat dan juga memberikan sumbangan pengetahuan terutama yang terkait pengaruh gaya hidup, religiusitas, serta kontrol diri terhadap perilaku konsumtif serta dapat menjadi referensi penelitian yang selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, terdiri dari lima bab, diantaranya yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab I merupakan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab II menjelaskan mengenai teori yang dipergunakan sebagai literature dalam penelitian ini, juga menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, kerangka teoritis dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab III menjelaskan terkait jenis dan sumber data yang digunakan, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, serta teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab IV menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, data penelitian, hasil uji data serta analisis data.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai permasalahan, serta saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Teori Perilaku konsumen menurut Mowen dan Minor mengemukakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi bagian-bagian dan proses pengambilan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan, serta penentuan barang, jasa, dan ide.³⁰ Perilaku konsumtif adalah perilaku atau sikap yang ada pada konsumen. Konsumen menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah pengguna barang atau produk dari hasil produksi (bisa berupa pakaian, makanan dan lainnya).³¹ Perilaku merupakan reaksi atau tanggapan seseorang pada rangsangan atau lingkungan. Dan perilaku dari segi biologis merupakan tindakan atau kegiatan makhluk hidup yang berkaitan.³² Perilaku konsumen merupakan sikap, tindakan, proses, serta hubungan sosial yang dilaksanakan seseorang, kelompok, serta organisasi untuk memperoleh, memakai suatu barang dan lainnya sebagai akibat pengalaman dari barang, pelayanan atau jasa, serta sumber-sumber lainnya.³³ Perilaku konsumen yang berlebihan akan cenderung pada perilaku yang konsumtif.

Perilaku konsumtif menurut Sumartono adalah suatu tindakan membeli produk yang dilakukan tanpa pertimbangan yang masuk akal dan bukan karena kebutuhan, tetapi dilakukan berdasarkan karena

³⁰ Etta Mamang Sangadji and Sopiah, *Perilaku Konsumsi Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Andi, 2013).

³¹ kbbi daring, "Kamus," accessed December 2, 2022, <https://kbbi.web.id/konsumen.html>.

³² Binti Umayah and Fachrul Kurniawan, "Analisa Perilaku Konsumen Melalui Data Transaksi Berbasis Pendekatan Market Basket Analysis" 1, no. 2 (2019): 30–35.

³³ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran* (Denpasar: Fakultas Universitas Udayana, 2017), hal. 32.

keinginan.³⁴ Dan perilaku konsumtif menurut Imawati, mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu dalam melaksanakan konsumsi yang tidak ada batas, serta membeli produk secara berlebihan tidak sesuai kebutuhan.³⁵ Dan juga perilaku konsumtif menurut Suyasa dan Fransisca memberikan pengertian bahwa perilaku konsumtif sebagai kegiatan membeli produk untuk memenuhi keinginannya, bukan berdasarkan kebutuhan, yang dilakukan berlebihan dan dapat menimbulkan pemborosan.³⁶

2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif memiliki beberapa aspek. Aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid antara lain:³⁷

a. Pembelian Implusif (*Implusive buying*)

Aspek yang menggambarkan bahwa individu membeli produk semata-mata karena berdasarkan keinginan yang tiba-tiba dan hanya sesaat, yang dilaksanakan tanpa adanya pertimbangan dahulu, tidak memikirkan kedepannya yang terjadi serta sifatnya emosional.

b. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku boros adalah dengan menghambur-hamburkan uang atau menggunakan uang secara berlebihan untuk menuruti keinginannya, tanpa menyadari adanya kebutuhan yang lebih penting.

³⁴Anggraeni and Setiaji, "Pengaruh Media Sosial Dan Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Economic Education Analysis Journal*, 2018, Vol.7, No.1. hal.175.

³⁵Theodorus Mawo, Partono Thomas, and Sunarto, "Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri Dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa," *Journal of Economic Education* Volume 6 (, no. 1 (2017): 60–65.

³⁶Lestarina et al., "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja." *Jurnal Riset Tindakan Indonesia* 2, no 2 (2017):3.

³⁷*Ibid.* *Jurnal Riset Tindakan Indonesia* 2, no 2 (2017):4.

c. Mencari Kesenangan (*Non rational buying*)

Perilaku ini dilaksanakan dengan tujuan yaitu mencari kesenangan. Dengan salah satunya mencari kenyamanan fisik berdasarkan sifat individu yang akan merasa nyaman dan senang apabila dia menggunakan barang yang sedang trendy.

Sedangkan menurut Fromm terdapat empat aspek perilaku konsumtif, diantaranya adalah sebagai berikut:³⁸

a. Pemenuhan keinginan

Membeli produk secara berlebihan dan terus-menerus agar keinginannya dapat terpenuhi. Dengan membeli secara kontinyu agar mendapatkan sesuatu yang lain seperti hadiah, potongan harga, serta kepercayaan diri sehingga merasa puas.

b. Barang di luar jangkauan

Membeli produk yang di dipertimbangkan yang masuk akal, karena mengikuti keinginannya. Dilakukan untuk menjaga efisiensi diri seseorang dengan membeli produk-produk diluar jangkauan.

c. Barang tidak produktif

Membeli produk karena motif emosional serta keadaan waktu pembelian, bukan berdasarkan tujuan yang masuk akal.

d. Status pembelian dilaksanakan atas dasar keinginan mendapatkan status tertentu.

3. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono terdapat delapan indikator perilaku konsumtif antara lain:³⁹

³⁸Lifiana Maryatul Kiftiyah, "Pengaruh Regulasi Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Fashiom Pada Mahasiswi," *Skripsi UIN Walisongo Semarang*, 2022.hal 42-44.

³⁹Okky Dikria and Sri Umi Mintarti, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan," *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 09, no. 2 (2016): 128–139, <https://dx.doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128>.

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Seseorang membeli suatu produk karena ada hadiah yang ditawarkan apabila membeli produk tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik. Seseorang membeli produk karena tertarik dengan kemasannya yang rapi atau unik dan menggunakan warna-warna yang bagus.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Seseorang membeli produk untuk menjaga penampilan dirinya atau untuk menarik perhatian orang lain.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Seseorang membeli suatu produk yang mahal agar terlihat mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen membeli produk yang mewah agar terlihat keren dimata orang lain, dan agar terkesan dari kalangan kelas atas.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Membeli produk agar sama dengan yang di idolakannya.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri. Konsumen membeli produk dengan harga mahal dan mengikuti kata iklan yang dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Menggunakan produk yang sama dari merek yang tidak sama, walaupun produknya belum habis.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Suyasa & Fransisca terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif, yaitu sebagai berikut:

a. Hadirnya iklan

Iklan sebagai media untuk menyampaikan pesan penawaran sebuah produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat melalui media tertentu yang memiliki tujuan agar masyarakat terpengaruh untuk mencoba dan membeli produk yang ditawarkan tersebut. Iklan juga mengajak individu untuk mengonsumsi suatu produk dan juga jasa berdasarkan keinginannya bukan karena kebutuhan dan juga harganya yang tidak masuk akal.

b. Konformitas

Konformitas kebanyakan terjadi pada remaja, terutama remaja perempuan. Hal tersebut terjadi karena keinginan yang besar pada remaja perempuan agar tampil cantik dan menarik.

c. Gaya hidup

Gaya hidup yang tinggi dapat menimbulkan perilaku konsumtif pada individu, seperti membeli dan menggunakan barang-barang mahal dan mewah karena mengikuti *trend*.

d. Kartu kredit.

Fasilitas yang disediakan kartu kredit untuk penggunaanya membuat pengguna kartu kredit tersebut dapat menggunakan tanpa batas dan tidak takut tidak memiliki uang saat berbelanja.⁴⁰

5. Kajian Islam Tentang Perilaku Konsumtif

Islam mengajarkan untuk memenuhi kebutuhan, seperti kebutuhan konsumsi, namun kita tidak dianjurkan untuk berlebihan atau boros, kita harus makan dan minum secukupnya. Melakukan konsumsi dalam islam sudah ada aturannya sendiri secara baik. Islam membedakan antara konsumsi yang berdasarkan kebutuhan atau biasa disebut dengan hajat, dan konsumsi yang berdasarkan pada keinginan atau biasa disebut syahwat. Konsumsi yang

⁴⁰Triyaningsih. SL, "Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat," *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 11, no. 2 (2011): 172–177.

berdasarkan kebutuhan merupakan konsumsi terhadap produk dan jasa yang dibutuhkan dalam hidup secara umum. Sedangkan konsumsi yang berdasarkan pada syahwat atau keinginan adalah konsumsi yang mubadzir, boros, dan cenderung berlebihan.⁴¹

Berlebih-lebihan atau melampaui batas dalam islam disebut sebagai israf. Menurut Ibnu Manzur, israf merupakan tindakan manusia yang melampaui batas, bisa dengan melampaui kesedaerhanaan dalam berkonsumsi dari yang sudah dihalalkan oleh Allah, serta membelanjakan tidak untuk ketaatan atau kepatuhan terhadap Allah baik kuantitas yang kecil ataupun besar serta membelanjakan tidak pada haknya.⁴² Manusia tidak boleh melakukan konsumsi berlebihan manusia harus memenuhi batas yang ditetapkannya. Seperti firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 87:⁴³

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُعْتَدِينَ﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan sesuatu yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

2.1.2 Gaya Hidup

1. Pengertian Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Armstrong mendefinisikan bahwa gaya hidup merupakan pola kehidupan individu yang terwujud pada aktivitas, minat, serta opini. Individu yang pekerjaan, budaya, dan

⁴¹Zulkifli Rusby, *Ekonomi Islam* (Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam UIR, 2017),hal, 34.

⁴²Mochlasin, “Rekonstruksi Teori Consumer Equilibrium Perspektif Ekonomi Islam,” *Muqtasid* 4, no. 1 (2013): 23.

⁴³“Al-Qur’an,” accessed November 8, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/Al-Maidah/5/87>.

kelas sosial yang sama bisa saja memiliki gaya hidup yang berbeda.⁴⁴ Risnawati juga mengemukakan bahwa gaya hidup merupakan pola kehidupan yang berkaitan dengan keputusan individu.⁴⁵ Dan gaya hidup menurut Mowen & Minor yaitu gaya hidup menunjukkan bagaimana individu hidup, dan bagaimana individu menggunakan uang, dan juga bagaimana individu menggunakan waktunya. Maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola individu yang dalam melakukan kegiatan, minat, serta kebiasaannya dalam menggunakan uang, dan menggunakan waktu yang dimilikinya.⁴⁶

2. Faktor-Faktor Gaya Hidup

Gaya hidup bukanlah hal yang bisa dibentuk secara cepat, tetapi gaya hidup memiliki proses identifikasi yang dilakukan secara berulang oleh seseorang. Dengan demikian gaya hidup merupakan sebuah proses yang terjadi secara terus menerus selama seseorang itu hidup.⁴⁷ Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup menurut Nugraheni, diantaranya yaitu:⁴⁸

a. Sikap.

Merupakan keadaan jiwa dan pikiran yang akan dilakukan untuk memberi respon atau tanggapan kepada sebuah objek.

⁴⁴Yarian Alamanda, "Pengaruh Harga Diri Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif," *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 6, no. 2 (2018): 273–279.

⁴⁵Wahyuni et al., "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang," *Jurnal Benefita* 4, no 3 (2019):548-559.

⁴⁶Delyana Rahmawaty Pulungan and Hastina Febriaty, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2, no. 3 (2018): 1–8.

⁴⁷Ririh Megah Sfitri, "Menjadi Perempuan Tambak Lorok: Konstruksi Gaya Hidup Perempuan Muslim Pesisir," *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)* 2, no. 2 (2018): 149–168.

⁴⁸I Nyoman Rajeg Mulyawan, Made Wery Dartiningsih, and Ayu Made Nia Mahayani, "Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping Pada Prodi Bimbingan Dan Konseling Universitas PGRI Mahadewa Indonesia Tahun 2022" 23, no. 2 (2022): 317–328.

b. Pengalaman, serta pengamatan.

Pengalaman memberikan pengaruh terhadap pengamatan sosial pada tingkah laku, pengalaman di dapatkan dari kegiatannya pada masa lalu yang bisa menjadi pelajaran.

c. Kepribadian.

Kepribadian merupakan karakter setiap individu atau bagaimana seseorang bertingkah laku.

d. Konsep diri.

Konsep diri merupakan inti dari kepribadian seseorang yang dilakukan dalam menghadapi masalah pada hidupnya.

e. Motif.

Sikap seseorang timbul dikarenakan terdapat motif agar merasa aman, apabila motif individu besar dapat membentuk gaya hidup yang hedonis.

f. Persepsi.

Persepsi merupakan proses individu dalam memilih, memanajemen, serta menginterpretasikan sebuah informasi agar membentuk gambar yang menimpa dunia.

3. Indikator Gaya Hidup

Indikator gaya hidup menurut Schiffman dan Kanuk yaitu sebagai berikut:⁴⁹

1. Kegiatan (*Activity*)

Merupakan sebuah hal yang dilakukan oleh konsumen, barang apa yang akan digunakan atau dibeli, aktivitas apa yang digunakan pada waktu luang. Kegiatan tersebut biasanya diamati, serta alasan melakukan tindakan tersebut tidak sering di ukur secara langsung.

2. Minat (*Interest*)

Merupakan topik atau objek peristiwa yang biasanya berada pada tingkat kegairahan dengan perhatian khusus maupun konsisten terhadapnya. Minat dapat berarti

⁴⁹Irianti Asisi and Purwantoro, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian," *jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 2, no. 1 (2020): 107–118.

kesenangan, sesuatu yang disukai oleh konsumen tersebut dan menjadi prioritasnya. Interst dianggap menarik oleh konsumen dan digunakan untuk menghabiskan waktu serta uang. Minat menjadi faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan konsumen.

3. Opini (*Opinion*)

Merupakan pandangan yang konsumen rasakan terhadap isu-isu yang global, local, ekonomi serta sosial. *Opinion* digunakan dalam menggambarkan penafsiran, keinginan serta evaluasi, seperti rasa percaya terhadap maksud orang lain, mengantisipasi hubungan serta peristiwa atau kejadian di masa depan serta menimbang konsekuensi yang dapat menghukum dari jalannya bertindak alternatif.

4. Jenis-Jenis Gaya Hidup

Jenis-jenis gaya hidup yang dimiliki konsumen berbeda satu sama lain, jenis gaya hidup diantaranya yaitu:⁵⁰

a. Gaya hidup mandiri

Gaya hidup mandiri adalah gaya hidup yang terkenal di daerah perkotaan, gaya hidup tersebut biasanya dimiliki oleh konsumen yang memiliki tingkat pendidikan memadai serta memiliki dukungan financial juga, individu dengan gaya hidup jenis ini menyukai produk yang dapat menggambarkan kemandiriannya di kalangan masyarakat.

b. Gaya hidup modern

Di era yang sekarang ini serba modern, praktis, serta teknologi yang canggih, membuat banyak individu berlomba-

⁵⁰Shintya Novita Sari, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau," *Skripsi, Pada Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim*, 2021, hal 14-16 .

lomba untuk menjadi yang terbaik dalam pemahaman teknologi dan juga digital. Gaya hidup tersebut biasanya digunakan dalam mendeskripsikan gaya hidup modern individu yang mana seringkali menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital dan informasi digital, konsumen atau individu jenis gaya hidup ini tidak terlalu mempermasalahkan harga produk dan teknologi baru.

c. Gaya hidup sehat

Gaya hidup sehat adalah pilihan individu yang sangat tepat dan bermanfaat untuk dilakukan. Hidup sehat dapat dimulai dengan menjaga pola makan, pikiran, dan kebiasaan, serta menjaga kebersihan lingkungan agar tetap sehat. Hidup sehat memberikan banyak manfaat serta memberikan hasil yang positif dan baik.

d. Gaya hidup hedonis

Gaya hidup hedonis merupakan salah satu gaya hidup yang kegiatannya yaitu mencari kesenangan hidup, kegiatannya biasanya banyak dilakukan diluar rumah atau lebih banyak bermain, dan juga suka membeli produk-produk mahal untuk kesenangannya agar menjadi pusat perhatian orang-orang.

e. Gaya hidup hemat

Individu dengan gaya hidup hemat adalah individu yang dapat berpikir dengan tepat berhubungan dengan menggunakan dan mengatur keuangannya.

5. Kajian Islam Tentang Gaya Hidup

Gaya hidup dalam Islam dikelompokkan menjadi dua bagian, adalah gaya hidup islami dan gaya hidup jahili. Yang pertama gaya hidup islami memiliki landasan atau dasar yang kuat dan mutlak yang berupa Tauhid. Sedangkan yang kedua yaitu gaya

hidup jahili memiliki landasan yang relative serta rapuh yang berupa syirik. Sebagai seorang muslim harus memilih gaya hidup Islami dalam kehidupannya.⁵¹ Dalam Islam gaya hidup memiliki prinsip-prinsip dasar, yaitu:

a. Berniat untuk ibadah

Segala hal yang dilakukan di dunia ini, baik yang bersifat modern ataupun konvensional dalam melakukan semua itu harus dengan niat ibadah kepada Allah.

b. Baik dan pantas

Gaya hidup yang dilakukan oleh individu di dalam dunia ini harus dengan dasar yang baik dan juga pantas, maksudnya yang sesuai dengan syariat, rasional, dan juga adat istiadat.

c. Halal dan Thayyib

Semua hal yang digunakan dalam menunjang gaya hidup seseorang harus bersifat halal sesuai dengan hukum islam, dan thayyib yaitu tidak merugikan dan juga tidak menyakiti orang lain.

d. Tanpa kebohongan (amanah)

Dalam islam kebohongan sangat dilarang, seseorang harus bersifat jujur dan dapat bertanggung jawab dalam menjalani kehidupan.⁵²

Dalam Islam terdapat pula gaya hidup halal. Gaya hidup halal atau biasa dikenal dengan halal *lifestyle* adalah pola gaya hidup yang sesuai dengan kaidah dan ajaran agama Islam. Gaya hidup halal mengikuti prinsip syariah dan juga koridor ketentuan mengenai halal dan haram. Sedangkan kata halal sendiri berasal dari bahasa Arab, yang memiliki makna pada tafsir Al-Qur'an adalah segala

⁵¹Nelty Hartati, dkk, *Islam Dan Psikologi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h, 124.

⁵²Shintya Novita Sari, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau", (*Skripsi Pada Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim*, 2021), h. 124-125

sesuatu yang sudah diizinkan oleh syariah. Syariah menjelaskan susunan hidup, dan apa saja yang larangan untuk makanan dan minuman, bermuamalah dan juga mengatur bagaimana sikap individu dalam kehidupannya.⁵³ Terdapat beberapa komponen gaya hidup halal seperti fashion, makanan, minuman, kosmetik, farmasi, dan keuangan syariah, dan lainnya.⁵⁴ Dalam gaya hidup Islam terdapat empat prinsip yang dilakukan yaitu, sebagai berikut:⁵⁵

- 1). Prinsip syariah, merupakan prinsip yang sesuai syariah Islam.
- 2). Prinsip kuantitas, karena berlebih-lebihan itu tidak dianjurkan.
- 3). Prinsip prioritas, karena membeli produk yang berlebihan itu mubadzir.
- 4). Prinsip moralitas sesuai akidah, menggunakan atau memakan dengan memperhatikan prinsip halalan thoyyiban (halal dan baik).

Islam melarang individu melakukan hal yang berlebih-lebihan termasuk dalam hal gaya hidup. Gaya hidup hedonis yang dilakukan individu untuk mencari kesenangan, kebahagiaan, ataupun untuk memenuhi keinginannya yang dilakukan secara berlebihan dilarang dalam islam. Islam melarang umatnya bersikap atau berperilaku boros dan berlebihan apalagi untuk sesuatu yang kurang bermanfaat karena akan membuat manusia lalai dengan tipu daya dunia. Firman Allah SWT dalam surah Al-An'am ayat 32 yaitu:⁵⁶

﴿ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهُمْ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ خَيْرٌ لِّلَّذِينَ يَتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴿٣٢﴾ ﴾

⁵³Bahatma Baca, "Halal Life Style Sebagai Dakwah Determinasi Diri Dan Sosial Masyarakat Indonesia," *Jurnal Al-Hikmah* 19, no. 01 (2021): 1–12.

⁵⁴Hanafiah Ramadhani, Nur Ayyah Alfatikhah, and Rochiyati Murniningsih, "Pengaruh Gaya Hidup Halal Dan Self-Identity Terhadap Halal Fashion Di Indonesia," *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology* (2021): 537–546, <http://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/5945>.

⁵⁵Fadloli, Widaningsih, and Abdul Chalim, "Halal Lifestyle of Malang State Polytechnic Students," *Seminar Nasional ...* (2021), <https://prosiding.polinema.ac.id/sngbs/index.php/sngbs/article/view/322>.

⁵⁶"Al-Qur'an," accessed November 19, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/surah/6/32>.

“Kehidupan dunia hanyalah permainan dan kelengahan, sedangkan negeri akhirat itu, sungguh lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Tidakkah kamu mengerti?”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa di dunia hanya sementara jangan sampai lupa pada kehidupan abadi di akhirat. Dan untuk kaum muslimin jangan sampai terpedaya pada permainan dunia dalam mencari kesenangan yang sementara. Tetaplah bertaqwa kepada Allah dengan menjalankan semua perintahnya serta menjauhi segala larangan Allah SWT. Sebagai muslim harus melakukan aktivitas sesuai dengan syariat islam termasuk dalam hal konsumsi, memenuhi kebutuhan sesuai yang kadar yang dibutuhkan, tidak berlebih-lebihan dan tidak boros.

2.1.3 Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas menurut Hidayat disebutkan sebagai suatu perilaku ketaatan serta pemahaman individu pada agamanya sehingga individu berperilaku sesuai aturan serta kewajiban pada agamanya tersebut. Setiap agama pada dasarnya mengajarkan kebaikan.⁵⁷ Dan religiusitas menurut Hanawi adalah penghayatan religi dan kedalaman keyakinan yang ditunjukkan melalui melaksanakan kegiatan ibadah, berdoa, serta membaca kitab suci agama.⁵⁸ Serta religiusitas menurut Jalaludin adalah keadaan pada diri seseorang yang mendorong dalam bertingkah

⁵⁷Aldeana Meliani, Ahmad Mulyadi Kosim, and Hilman Hakiem, “Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Di Marketplace,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 2 (2021): 163–175.

⁵⁸Siti Rahmawati, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Penerimaan Diri Orangtua Anak Autis Di Sekolah Luar Biasa XYZ,” *JURNAL Al-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA* 4, no. 1 (2018): 17.

laku pada kehidupan sehari-hari sesuai dengan ketaatannya terhadap religi atau agama.⁵⁹

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Religiusitas merupakan sebuah dimensi psikologis yang dapat memberikan pengaruh terhadap aspek kehidupan individu.⁶⁰ Menurut Thouless terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi religiusitas antara lain:⁶¹

a. Faktor sosial dalam agama

Faktor sosial dalam agama ini terdiri dari pengaruh terhadap keyakinan dan pengaruh terhadap perilaku keagamaan. Berawal dari pendidikan saat masa kanak-kanak, pendapat-pendapat, serta perilaku orang-orang sekitarnya, dan adat istiadat atau tradisi pada masa lalu. Banyak yang berpendapat bahwa faktor sosial dalam agama kurang penting dalam memberi pengaruh terhadap keagamaan. Berbagai perilaku yang didapatkan oleh individu sejak kecil dapat berpengaruh terhadap sikap individu tersebut khususnya pada sikap keagamaannya.

b. Faktor alamiah dalam agama

Faktor yang membahas mengenai pengalaman yang seseorang alami dalam meningkatkan sikap keagamaan, seperti pengalaman tentang dunia nyata, terkait konflik moral, dan terkait emosional keagamaan.

⁵⁹Ahmad Isham Nadzir and Nawang Warsi Wulandari, "Hubungan Religiusitas Penyesuaian Diri Siswa Pondok Pesantren," *Jurnal Psikologi Tabularasa* 8, no. 2 (2013): 698–707.

⁶⁰Sutipyo R and Amrih Latifah, "Prestasi Belajar Siswa Madrasah Aliyah Negeri (MAN) X Sleman Yogyakarta Ditinjau Dari Dimensi Religiusitas," *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam* 10, no. 1 (2017): 50–78.

⁶¹Ferdy Nanda Kurifawan, "Pengaruh Religiusitas Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif Membeli Produk Fashion Pada Mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim," *Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim*, 2018:317.

c. Faktor emosional dalam agama

Faktor emosional dalam agama atau faktor afektif dapat membantu individu membentuk sikap keagamaan. Pengalaman- pengalaman dapat membuat keyakinan bertambah, atau dapat juga memperkuat pengalaman-pengalaman emosional, atau justru memodifikasi kepercayaan agama yang dulu pernah dianutnya.

d. Faktor intelektual dalam agama

Hal-hal yang berhubungan atau terkait pemikiran verbal khususnya dalam pembentukan keyakinan keagamaan.

3. Aspek-Aspek Religiusitas

Religiusitas memiliki beberapa aspek diantaranya yaitu:⁶²

a. Intelektual

Mengacu atau mengarah pada harapan sosial individu-individu religius mempunyai pengetahuan agama serta dapat menjelaskan pandangan mereka terkait transedensi agama serta religiusitas. Dimensi tersebut adalah tema yang diminati, gaya hidup, interpretasi, dan sebagai pengetahuan.

b. Ideologi

Mengarah pada harapan sosial yaitu seorang religius mempunyai keyakinan dengan eksistensi, hakikat realitas utama, hubungan utama dan manusia. secara khusus dimensi ini adalah sebuah kepercayaan, pola yang rasional dan tidak diragukan. Indikator dimensi ini berfokus pada bagaimana individu memiliki keyakinan dasar akan adanya Tuhan.

⁶²Ferdy Nanda Kurifawan, "Pengaruh Religiusitas Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif Membeli Produk Fashion Pada Mahasantri Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim," *Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim*, 2018:318.

c. Praktik publik/umum

Mengarah pada harapan sosial yaitu seseorang religius ikut serta komunitas religius yang dimanifestasikan pada partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan serta kegiatan bersangkutan. Secara pribadi, dimensi ini adalah pola tindakan serta rasa mempunyai pada ranah sosial dan berusaha menghidupkan lagi mengenai imajinasi yang melampaui.

d. Praktik pribadi

Mengarah dalam harapan sosial seorang religius mengabdikan diri pada transedensi dalam kegiatan serta ritual seseorang di tempat pribadi. Dimensi tersebut diwakili yaitu pola perilaku serta gaya pengabdian pribadi terhadap transedensi. Bentuk dari dimensi ini seperti berdoa, dan meditasi yang berupaya melakukan dialog agama.

e. Pengalaman religius

Mengarah dalam harapan sosial yang seseorang miliki yaitu seperti kontak langsung dengan realitas tinggi yang membuat mereka terpengaruh secara emosional. Dimensi tersebut digambarkan dengan pola persepsi religius dan pengalaman, serta perasaan religius individu.

4. Dimensi-Dimensi Religiusitas

Ada lima macam dimensi religiusitas menurut Glock dan Stark dalam djamaludin Ancok yaitu:⁶³

⁶³Hanifah Nur'aini and Rasyid Ridla, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA LEMBAGA DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MUZAKKI UNTUK MENYALURKAN ZAKAT PROFESI (Studi Di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta)," *Jurnal Md 1*, no. 2 (2015): 207–228, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/view/648>.

1. Dimensi keyakinan

Dimensi keyakinan atau kepercayaan berisi mengenai pengharapan yang mana orang beragama berpegang teguh terhadap pandangan teologis tertentu sekaligus meyakini kebenaran doktrin tersebut. Para penganut diharapkan oleh agama taat dan mempercayakan kepercayaan agama.

2. Dimensi praktik agama

Praktik atau ritual merupakan sebuah aspek untuk mengukur sampai mana kewajiban agama dilakukan oleh seseorang. Seperti menjalankan ibadah, berdoa, serta berpuasa dan yang lainnya. Ritual keagamaan tersebut terdiri atas dua kelas yang penting adalah praktik atau ritual, dan ketaatan.

3. Dimensi pengalaman

Dimensi yang berisi fakta bahwa setiap agama memiliki pengharapan tertentu. Dimensi ihsan berhubungan mengenai seberapa individu merasa dekat serta dilihat oleh Allah / Tuhan dalam kehidupannya. Serta mencangkup rasa nikmat dan pengalaman menjalankan ibadah dengan nikmat dan syukur yang diberikan oleh Allah.

4. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi yang berhubungan dengan wawasan, pengetahuan, serta pemahaman individu pada ajaran agamanya. Dan mengacu pada pengharapan bahwa individu palng tidak memiliki dasar, kepercayaan, ritus, al-qur'an atau kitab suci, serta tradisi.

5. Dimensi pengalaman atau konsekuensi

Dimensi yang mengacu terhadap identifikasi akibat-akibat kepercayaan religious, ritual, pengalaman, sekaligus

pengetahuan individu dalam kehidupan sehari-hari. Dan berkaitan pada aktivitas seorang pemeluk agama dalam merealisasikan ajaran-ajaran agama yang berdasarkan pada etika serta spiritualitas agamanya.

Sehingga disimpulkan bahwa religiusitas memiliki lima dimensi yang diantaranya, yaitu dimensi keyakinan, dimensi praktik agama, dimensi pengalaman atau penghayatan, dimensi pengetahuan agama, dan dimensi pengalaman atau konsekuensi.

5. Kajian Islam Tentang Religiusitas

Religiusitas atau agama merupakan sistem keyakinan yang harus dilakukan, yang berkaitan dengan pendekatan diri yang sakral agar dapat menambah pemahaman serta tanggung jawab individu terhadap kumpulan orang, atau tuhannya, maka dapat dilihat seberapa jauh individu berkomitmen dengan agamanya, dan diaktualisasikan pada perilaku atau perbuatan sehari-harinya.⁶⁴ Berdasarkan religiusitas Islam, kualitas keagamaan individu ditentukan melalui seberapa jauh seseorang dapat mengerti, menghayati, juga melakukan ajaran dan perintah Allah secara menyeluruh dan juga optimal. agar dapat mencapainya maka perlu iman dan ilmu yang berhubungan dengan amal kelakuan agar fungsi Islam yang berupa rahmat bagi seluruh umat manusia serta seluruh alam dapat dirasakan.

Dalam pandangan islam mengenai perilaku konsumtif bahwa perilaku konsumtif bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pada fisik namun kebutuhan spiritual juga. Jadi perilaku konsumsi yang dilaksanakan oleh orang islam harus

⁶⁴Yulia Putri et al., "Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa* 16, no. 1 (2019): 77–88.

sesuai dengan kaidah serta ajaran islam.⁶⁵ Agama Islam merupakan agama yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW yang merupakan pedoman hidup manusia agar bahagia dunia dan akhirat, dan islam merupakan agama yang membawa kedamaian. Seperti dalam firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 208, yaitu:⁶⁶

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu.”

2.1.4 Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri menurut Hurlock mendefinisikan bahwa kontrol diri berhubungan dengan bagaimana seseorang dapat mengatur emosi dan motivasi-motivasi yang ada pada dirinya. Dan kontrol diri menurut Hermin merupakan kesanggupan seseorang dalam menahan dorongan serta kesanggupan seseorang dalam mengatur tingkah laku atau sikap saat tidak ada kontrol dari luar.⁶⁷ Dan definisi kontrol diri menurut Syamsul merupakan tindakan atau perbuatan untuk mengkondisikan stimulus internal, dengan mempunyai kontrol diri dapat memengaruhi perilaku individu secara rasional dan

⁶⁵Farah Amalia, “The Role of Religiosity on Halal Product Purchasing Decision Case Study : Wardah Cosmetics,” *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 1, no. 1 (2020): 19.

⁶⁶“Al-Qur’an,” accessed November 19, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/208>.

⁶⁷Nainggolan, “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan.” *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 5 no 1 (2022):810-826.

juga efektif, dan hal tersebut dapat mencegah dari suatu akibat yang tidak diharapkan.⁶⁸

2. Kriteria Kontrol Diri

Menurut Hurlock terdapat tiga kriteria kontrol diri diantaranya yaitu:⁶⁹

- a. Dapat melaksanakan kontrol diri yang masuk akal atau secara rasional.
- b. Dapat mengerti sejumlah kontrol diri atau pengendalian diri yang di perlukan dalam kebutuhannya, dan sesuai yang di harapkan masyarakat.
- c. Dapat menilai suasana secara tajam atau tanggap sebelum menjawab dan memberi keputusan dalam menangani keadaan tersebut.

3. Indikator Kontrol Diri

Indikator kontrol diri menurut Smet diantaranya:⁷⁰

- a. Kontrol perilaku.

Merupakan kemampuan individu dalam mengurangi dampak dari faktor yang dapat membuat stress, dengan melakukan tindakan konkrit.

- b. Kontrol informasi.

Merupakan tindakan untuk mempersiapkan diri individu terhadap apa yang akan terjadi agar dapat mengurangi rasa takut dan stress.

⁶⁸Maulana Muhammad, "Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA 2018," *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 7 Nomor 2 (2022): 61–70.

⁶⁹Mulyawan, Dartiningsih, and Mahayani, "Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping Pada Prodi Bimbingan Dan Konseling Universitas PGRI Mahadewa Indonesia Tahun 2022." Vol 23, no 2(2022):317-328.

⁷⁰Yulita, Sumiati, and Zulaihati, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Online Food Delivery Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta." *Jurnal Ekonomi* 1, no 1 (2022):1-15.

c. Kontrol kognitif.

Merupakan proses dalam pemikiran yang dapat mengubah pengaruh dari stressor atau faktor-faktor yang membuat stress.

d. Kontrol putusan.

Merupakan kesempatan untuk memilih antara cara-cara alternatif atau lainnya.

e. Kontrol retrospektif.

Merupakan pengendalian kontrol terhadap pengalaman dari dahulu melalui keyakinan pada masalah tersebut.

4. Aspek-Aspek Kontrol Diri

Aspek-aspek kontrol diri menurut Ghufron dan Risnawati mengemukakan bahwa terdapat tiga aspek kontrol diri antara lain:⁷¹

a. Kontrol Perilaku

Kesanggupan seseorang dalam merespon suatu dorongan yang secara langsung mendapat suasana yang tidak menyenangkan serta langsung mencegah agar dapat meminimalisir perilaku berlebihan yang hanya memberi kesenangan sesaat. Kontrol perilaku ada dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan dan memodifikasi dorongan. Kemampuan mengatur pelaksanaan atau kegiatan adalah kemampuan seseorang dapat menentukan siapa yang dapat mengendalikan keadaan. Dan kemampuan memodifikasi dorongan adalah kemampuan mengetahui kapan dan bagaimana suatu dorongan yang tidak dikehendaki dan dihadapi seperti meminimalisir dorongan atau menjauhinya.

⁷¹Karida Fitri Ria Insani, "Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee," *Skripsi* 2019:44.

b. Kontrol Kognitif

Kesanggupan seseorang mengolah informasi yang tidak diharapkan dengan menilai atau mengaitkan suatu peristiwa melalui cara meminimalisir tekanan. Kontrol kognitif terdiri dari dua aspek, yaitu mendapatkan informasi dan melaksanakan penilaian. Seseorang dapat mencegah suasana atau keadaan yang kurang menyenangkan dengan informasi yang didapatkan dan berikhtiar menilai, serta menafsirkan peristiwa atau keadaan melalui cara memperhatikan dari segi positif secara apa adanya atau objektif.

c. Kontrol keputusan

Kemampuan atau kesanggupan seseorang dalam memilih suatu tindakan sesuai yang diyakininya. Kontrol diri pada saat menetapkan pilihan dapat berfungsi melalui terdapatnya kesempatan, kebebasan, serta kemungkinan seseorang memilih berbagai tindakan.

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Perilaku pengendalian diri atau kontrol diri adalah cara individu dalam mengendalikan perilaku. Seseorang yang memiliki pengendalian diri tinggi maka akan melakukan pertimbangan-pertimbangan terkait keputusan perilaku konsumsi apakah benar-benar dibutuhkan atau hanya keinginan saja.⁷² Menurut Ghufron dan Risnawati terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi kontrol diri antara lain:⁷³

⁷²Maulidysneni Nurvita Sukma and Clarashinta Canggih, "Pengaruh Electronic Money , Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 01 (2021): 209–215.

⁷³Karida Fitri Ria Insani, "Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee," *Skripsi* 2019:46.

a. Faktor internal

Umur dan kedewasaan merupakan salah satu faktor dalam kontrol diri. Dengan bertambahnya umur seseorang, kemampuan mengontrol diri pun akan semakin bertambah menjadi lebih baik. Seseorang yang matang secara psikologis akan dapat mengontrol tindakannya karena sudah dapat mempertimbangkan hal yang baik dan hal yang tidak baik untuk dirinya.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal yaitu lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga seperti orang tua dapat menentukan individu mengatur dan mengontrol diri individu. Oleh karena itu orang tua perlu menerapkan sikap disiplin kepada anaknya semenjak dini, dan orang tua harus konsisten dengan semuanya.

6. Kajian Islam Tentang Kontrol Diri

Manusia di ciptakan oleh Allah dengan kemampuan berfikir agar dapat membantu manusia berperilaku sesuai dengan arah yang akan dituju dalam kehidupannya atau biasa disebut dengan kontrol diri. Kontrol diri sangat penting dilakukan, dalam islam kontrol diri dikenal dengan sebutan mujahadah an nafs, yaitu jihad atau perang melawan hawa nafsu atau ego. Nafsu dalam diri manusia yang cenderung mencari kesenangan atau hiburan, sehingga manusia selalu menuruti keinginannya untuk mencapai kesenangan tersebut. Manusia harus dapat mengontrol diri agar tidak menghambur-hamburkan uang atau berlebih-

lebih serta boros.⁷⁴ Kontrol diri dalam islam dibahas dalam Al-Qur'an surah Al-Anfal ayat 72, yaitu:⁷⁵

﴿إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَهَاجَرُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ أَوْوُوا وَتَصَرَّوْا أَوْلِيَاءَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٌ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ يُهَاجِرُوا مَا لَكُمْ مِنْ وَلَايَتِهِمْ مِنْ شَيْءٍ حَتَّى يُهَاجِرُوا وَإِنِ اسْتَنْصَرُوكُمْ فِي الدِّينِ فَعَلَيْكُمُ النَّصْرُ إِلَّا عَلَى قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ مِيثَاقٌ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ﴾^(٧٢)

"*Sesungguhnya orang-orang yang beriman, berhijrah, dan berjihad dengan harta dan jiwanya pada jalan Allah, serta orang-orang yang memberikan tempat kediaman dan memberi pertolongan (kepada Muhajirin), mereka itu sebagiannya merupakan pelindung³¹⁸ bagi sebagian yang lain. Orang-orang yang beriman tetapi belum berhijrah, maka tidak ada kewajiban sedikit pun atas kamu untuk melindungi mereka sehingga mereka berhijrah. (Akan tetapi,) jika mereka meminta pertolongan kepadamu dalam (urusan pembelaan) agama (Islam), wajib atas kamu memberikan pertolongan, kecuali dalam menghadapi kaum yang telah terikat perjanjian antara kamu dengan mereka. Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan*".

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Pengarang	Judul	Variabel	Hasil penelitian
1.	Pulungan dan Febrianty (2018)	Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. ⁷⁶	(X1) = Gaya Hidup, (X2) = Literasi Keuangan, (Y) = Perilaku Konsumtif	1. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. literasi

⁷⁴Dita Rahayu, "Pengaruh Kontrol Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Sains Dan Teknologi Angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang," *Skripsi*, 2017.

⁷⁵"Al-Qur'an." accessed November 19, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/surah/8/72>.

⁷⁶Pulungan and Febriaty, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.," *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol.2 No.3, 2018, hal. 103.

				keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2.	Asisi dan Purwanto (2020)	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Tengeran. ⁷⁷	(X1) = Literasi Keuangan, (X2) = Gaya Hidup, (X3) = Pengendalian Diri, (Y) = Perilaku Konsumtif	1. Literasi keuangan, dan pengendalian diri berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3.	Dikria dan Minarti (2016)	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. ⁷⁸	(X1) = Literasi Keuangan, (X2) = Pengendalian Diri, (Y) = Perilaku Konsumtif	1. Literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. 2. Pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. 3. Literasi ekonomi dan pengendalian

⁷⁷ Asisi & Purwanto, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.", *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol.2 No.1. 2020, hal.107.

⁷⁸ Dikria and Mintarti, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan.", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol.9 No.2, 2016, hal 128.

					n diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.	
4.	Rahmat, Asyari, dan Puteri (2020).	Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. ⁷⁹	Hedonisme dan Religiusitas	(X1) = Hedonisme, (X2) = Religiusitas, (Y) = Perilaku Konsumtif Mahasiswa.	=	1. Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 2. Religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
5.	Rafidah, Alawiyah, dan Mulyana (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. ⁸⁰	Literasi keuangan syariah, (X2) = Religiusitas, (X3) = Gaya Hidup, (Y) = Perilaku Konsumtif.	(X1) = Literasi keuangan syariah, (X2) = Religiusitas, (X3) = Gaya Hidup, (Y) = Perilaku Konsumtif.	=	1. Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. Religiusitas berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. 3. Gaya hidup berpengaruh secara

⁷⁹Rahmat, Asyari, and Puteri, "Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.," *Jurnal Of Economic Studies*, Vol.4 No.1, 2020, hal.39.

⁸⁰Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, and Mulyana, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.," *Jurnal Economina* 1, no. 1 (2020): 49–62.

				positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
6.	Wahyuni dkk (2019)	Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di kecamatan Lubuk Begalung Kota padang. ⁸¹	(X1) = Gaya hidup, (X2) = Literasi Keuangan, (Y) = Perilaku Konsumtif.	1. Terdapat pengaruh gaya hidup yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. Terdapat pengaruh literasi keuangan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.
7.	Alamanda (2018)	Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. ⁸²	(X1) = Harga Diri, (X2) = Gaya Hidup, (Y) = Perilaku Konsumtif	1. Harga diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. Terdapat pengaruh yang signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. 3. Terdapat pengaruh antara harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku

⁸¹Wahyuni dkk., "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.", *Jurnal Benefita*, vol.4 No.3, 2019, hal.584.

⁸²Alamanda, "Pengaruh Harga Diri Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif.", *Jurnal Ilmiah Psikologi*, Vol.6 No.2, 2018, hal.273.

				konsumtif.
8.	Prihatini dan Irianto (2021)	Pengaruh Literasi Keuangan, dan Pengendalian diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. ⁸³	(X1) = Literasi keuangan, (X2) = Pengendalian diri, (Y) = Perilaku Konsumtif.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. Pengendalian diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

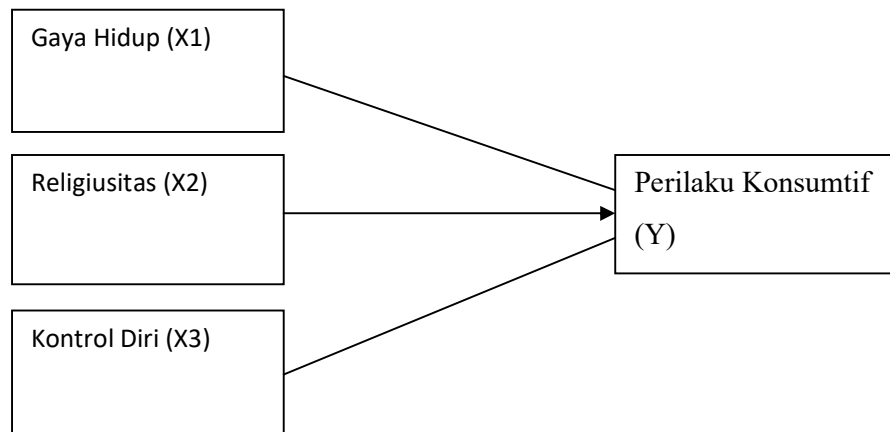
2.3 Kerangka Teoritis

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual mengenai bagaimana teori berberkaitan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.⁸⁴ Kerangka pemikiran pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

⁸³Diary Prihatini and Agus Irianto, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Ecogen* 4, no. 1 (2021): 24.

⁸⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013):60.

Tabel 2.2
Kerangka Teori



X = Variabel bebas (independen)

Y = Variabel terikat (dependen)

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara dari sebuah penelitian, dan masih harus diuji keasliannya secara empiris.⁸⁵ Maka hipotesisnya adalah:

1. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan cara yang dilakukan untuk mengartikan sikap, dan nilai serta digunakan untuk menunjukkan kekayaan seseorang dengan status sosialnya. Gaya hidup juga dapat didefinisikan dengan karakteristik individu yang bisa diamati, memadai sistem nilai, dan perilaku pada diri sendiri serta lingkungannya, karakteristik tersebut berhubungan dengan aspek-aspek seperti, cara berpakaian individu, cara berbelanja individu, kebiasaan berbelanja individu, dan lainnya.⁸⁶

⁸⁵*Ibid.* h. 64.

⁸⁶Firla Setyo Sukirno and Sugeng Harianto, "Pergeseran Gaya Hidup Masyarakat Sub Urban Area Di Kota Mojokerto," *Paradigma* 5, no. 1 (2017): 1–9, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/18102>.

Penelitian yang pernah dilakukan Indarti dan Norida menyebutkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan adanya pengaruh signifikan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup individu maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif tersebut.⁸⁷ Sejalan dengan penelitian Wahyuni, yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.⁸⁸ Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Risnawati yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.⁸⁹

Dari penjelasan yang dipaparkan di atas maka hipotesis yang di ambil yaitu sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

2. Religiusitas

Religiusitas adalah kumpulan unsur-unsur yang lengkap, yang membuat individu disebut beragama, memiliki pengetahuan tentang agama, keyakinan agama, melakukan kegiatan keagamaan, serta akhlak yang beragama.⁹⁰ Religi atau agama memiliki peran penting dalam kehidupan individu, dengan agama individu akan terbentuk keyakinan, pengetahuan, dan perilaku atau sikap individu tersebut. Religiusitas merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan

⁸⁷Indarti Kusumaningtyas and Norida Canda Sakti, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Di Sma Negeri 1 Taman Sidoarjo," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 5, no. 3 (2017): 1–8.

⁸⁸Wahyuni dkk., "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang." *Jurnal Benefita*, vol.4 No.3, 2019, hal.584.

⁸⁹Risnawati, Mintarti, and Wardoyo, "Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa." *Jurnal Pendidikan* 3, no 4 (2018):434.

⁹⁰Arif Rahmat, Asyari, and Hesi Eka Puteri, "Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (2020): 52.

keputusan pembelian, sehingga dapat menentukan pula perilaku konsumtif individu.

Variabel Religiusitas dalam penelitian yang dilakukan oleh Arif Rahmat hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel religiusitas mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka dari itu, semakin tinggi tingkat religiusitas individu maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya, dan sebaliknya apabila tingkat religiusitas rendah maka perilaku konsumtifnya akan tinggi.⁹¹ Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra yang hasilnya menunjukkan adanya pengaruh negatif dan signifikan religiusitas terhadap perilaku konsumtif.⁹² Namun berbeda dengan penelitian Rohana yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Dari penjelasan yang di paparkan di atas, maka hipotesis yang diambil yaitu sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh negatif dan signifikan religiusitas terhadap perilaku konsumtif.

3. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah hal yang perlu diperhatikan sebelum individu mengambil keputusan berperilaku. Individu yang mempunyai kontrol diri yang tinggi maka cenderung dapat mengendalikan dan menggunakan uangnya dengan pengelolaan yang lebih baik sehingga dapat mengurangi atau terhindar dan mencegah perilaku konsumtif individu tersebut.⁹³

⁹¹ Arif Rahmat, Asyari, and Hesi Eka Puteri, "Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (2020): 51.

⁹² Saputra, "Hubungan Antara Religiusitas Dan Konsep Diri Dengan Tingkat Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Fashion Melalui E-Commerce Pada Mahasiswa." *Skripsi* (2022):11.

⁹³ Nainggolan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan.," *Jurnal ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol.5, No.1, hal.810-826.

Menurut Yulita dalam penelitiannya menyebutkan bahwa variabel kontrol diri memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.⁹⁴ Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Nainggolan yang menyebutkan bahwa variabel kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka dari itu semakin tinggi kontrol diri individu maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Berbeda dengan penelitian Ramadhani yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.⁹⁵

Dari penjelasan yang di paparkan di atas, maka hipotesis yang diambil yaitu sebagai berikut:

H3: Terdapat pengaruh negatif dan signifikan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

⁹⁴Yulita, Sumiati, and Zulaihati, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Online Food Delivery Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta." *Jurnal Ekonomi* 1, no 1 (2022):1-15.

⁹⁵Ramadhani, "Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)", 2019.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.1.1 Jenis Data Penelitian

Jenis data dalam penelitian ini yang digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif menurut Creswell mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif adalah penyelidikan mengenai permasalahan sosial atau manusia, berdasarkan pengujian teori yang tersusun dari variabel-variabel, diukur menggunakan angka-angka, serta dianalisis dengan prosedur statistik, sehingga dapat menentukan apakah prediksi generalisasi teori itu benar.⁹⁶

Menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan tujuan yaitu menguji suatu teori atau hipotesis yang memberikan penjelasan mengenai pengaruh pada fenomena yang terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel. Yaitu pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y, variabel (X1) gaya hidup, variabel (X2) religiusitas, variabel (X3) kontrol diri, dan variabel (Y) perilaku konsumtif.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder sebagai berikut:

⁹⁶Siswoyo Haryono, *Metodologi Penelitian Manajemen Teori Dan Aplikasi* (Jakarta: Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama, 2012):15.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang sumber datanya diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner atau angket.⁹⁷ Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil pengisian angket atau kuesioner oleh responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari buku, catatan, dan data-data yang relevan dengan penelitian.⁹⁸ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku, jurnal, dan data-data yang relevan dengan penelitian ini.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah seluruh jumlah atau perkumpulan dari individu-individu atau satuan yang berupa orang-orang yang akan diteliti.⁹⁹ Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa pengguna shopee yang konsumtif pada angkatan 2019 di UIN Walisongo Semarang. Dan terdapat dalam delapan fakultas diantaranya yaitu Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) 730 mahasiswa, Fakultas Syariah dan Hukum (FSH) 720 mahasiswa, Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) 639 mahasiswa, Fakultas Sains dan Teknologi (SAINTEK) 613 mahasiswa, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) 570 mahasiswa, Fakultas Ushuludin dan Humaniora (FUHUM) 534 mahasiswa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) 335 mahasiswa, Fakultas Psikologi dan Kesehatan (FPK) 278 mahasiswa. Maka jumlah seluruhnya yaitu 4.419 mahasiswa angkatan 2019. Maka jumlah populasi penelitian ini adalah 4.419 mahasiswa.

⁹⁷I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: QUADRANT, 2020):84.

⁹⁸*Ibid.* h. 85.

⁹⁹*Ibid.* h. 73.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian atau perwakilan dari keseluruhan yang digunakan untuk menjadi objek yang akan di teliti dan dianggap mewakili semua populasi tersebut. Dikarenakan terbatasnya dana, tenaga, serta waktu sehingga peneliti menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut.¹⁰⁰ Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna shopee angkatan 2019, Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu pengambilan sampel menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan cara pengambilan sampel yang menggunakan pertimbangan tertentu.¹⁰¹ Teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa tahun angkatan 2019 UIN Walisongo
2. Mahasiswa pengguna shopee
3. Pernah melakukan transaksi shopee minimal dua kali dalam sebulan.

Menentukan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{4.419}{1+(4.419 \times 0,1^2)} = \frac{4.419}{1+(4.419 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{4.419}{1+44,19} = \frac{4.419}{45,19} = 98$$

$$n = 98$$

Dimana: n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi yaitu mahasiswa angkatan 2019 sejumlah 4.419 mahasiswa.

¹⁰⁰*Ibid.* hal. 74.

¹⁰¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.*(Bandung:ALFABETA, 2013):219.

e^2 = nilai kritis atau persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel, sebanyak 10%.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 responden.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dengan menggunakan metode sebagai berikut:

3.3.1 Kuesioner atau angket

Kuesioner adalah cara mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk di isi jawaban.¹⁰² Pertanyaan yang terdapat didalam kuesioner berdasarkan setuju atau tidak sesuai dengan skala likert dengan lima opsi jawaban. Bobot poinnya sendiri yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1

Poin Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber Data: Sugiono, 2013.

3.3.2 Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan informasi-informasi data dan fakta yang memiliki keterkaitan dengan penelitian, baik sumbernya dari buku, jurnal, atau dokumen-

¹⁰² Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: QUADRANT, 2020:91).

dokumen yang dipublikasikan yang masih berkaitan dengan penelitian, dan lain sebagainya.¹⁰³

3.4 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian menurut Arikunto merupakan sebuah objek penelitian atau sesuatu yang menjadi perhatian pada sebuah penelitian. Variabel penelitian yang terdapat pada penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen.¹⁰⁴

a. Variabel Independen

Variabel Independen atau variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau memberikan pengaruh terhadap variabel terikat atau dependen.¹⁰⁵ Variabel terikat ini menjadi sebab perubahan pada variabel dependen.¹⁰⁶ Variabel independent dalam penelitian ini adalah Gaya Hidup (X1), Religiusitas (X2), dan Kontrol Diri (X3).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat atau variabel yang dipengaruhi.¹⁰⁷ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif (Y).

¹⁰³I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: QUADRANT, 2020):92.

¹⁰⁴Sandu Siyoto and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015):45.

¹⁰⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. (Bandung:ALFABETA, 2013):39.

¹⁰⁶Siyoto and Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*:46.

¹⁰⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*:39.

Tabel 3.2
Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
Gaya Hidup (X1)	Gaya hidup merupakan pola kehidupan yang berkaitan dengan keputusan. ¹⁰⁸	1. Aktivitas (Activiy) 2. Minat (Interst) 3. Opini (Opinion)	Likert
Religiusitas (X2)	Religiusitas adalah kumpulan unsur-unsur yang lengkap, yang membuat individu disebut beragama, memiliki pengetahuan tentang agama, keyakinan agama, melakukan kegiatan keagamaan, serta akhlak yang beragama. ¹⁰⁹	1. Keyakinan 2. Kepatuhan 3. Penghayatan 4. Konsekuensi 5. Pengalaman/praktik ¹¹⁰	Likert
Kontrol Diri (X3)	Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dari dalam diri maupun dari luar diri individu. ¹¹¹	1. Kontrol perilaku. 2. Kontrol kognitif. 3. Kontrol keputusan.	Likert
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif sebagai kegiatan membeli produk untuk memenuhi keingnannya, bukan berdasarkan kebutuhan,	1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. 2. Membeli produk karena kemasannya menarik.	Likert

¹⁰⁸Wahyuni et al., "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang." *Jurnal Benefita* (2019):557.

¹⁰⁹Rahmat, Asyari, and Puteri, "Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies* (2022):52.

¹¹⁰Asyraf Zaki and Suriani, "Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Religiusitas, Dan Motivasi Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Baitul Mal Aceh Selatan," *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 7 (2021):121.

¹¹¹Indah Pratiwi, "Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 9, no. 1 (2017): 98.

	yang dilakukan berlebihan dan dapat menimbulkan pemborosan. ¹¹²	<ol style="list-style-type: none"> 3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. 4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). 5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. 6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. 7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri. 8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). 	
--	--	---	--

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan data yang sudah ada, kemudian diolah dengan menggunakan statistik untuk menjawab rumusan masalah yang ada di dalam penelitian. Sehingga teknik analisis data yaitu cara melakukan analisis terhadap data dengan menggunakan statistik untuk menjawab rumusan masalah.¹¹³

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif statistic adalah statistic yang menggambarkan suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata,

¹¹²Lestarina et al., "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja." *Jurnal Benefita* (2019):543-559.

¹¹³I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: QUADRANT, 2020:92.

nilai maximum, nilai minimum, standar deviasi, varian dan yang lainnya.

3.5.2 Uji Instrument Penelitian (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

1. Uji Validitas

Menggunakan uji validitas untuk mengukur dan memastikan seberapa cermat suatu uji sesuai fungsinya atau untuk menguji sah atau tidaknya sebuah kuesioner. Uji validitas merupakan alat ukur kevalidan kuesioner atau sasaran ukuran. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat mengungkapkan pertanyaan yang diukur kuesioner atau angket. Jadi validitas adalah pengukur valid atau tidaknya pertanyaan dalam kuesioner.¹¹⁴ Perhitungan dengan menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Uji validitas data dengan membandingkan r_{hitung} dengan r tabel, yaitu:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r$ tabel (dengan taraf signifikansi 5 persen), dikatakan bahwa kuesioner atau angket valid.
- b. Jika $r_{hitung} \leq r$ tabel (dengan taraf signifikansi 5 persen), dikatakan bahwa kuesioner atau angket tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur variabel melalui beberapa pernyataan atau pertanyaan yang akan digunakan. Uji ini dilaksanakan dengan cara membandingkan nilai atau poin Cronbach's alpha dengan taraf signifikannya. Taraf atau tingkat signifikannya adalah 0,5 0,6 sampai 0,7 sesuai kebutuhan penelitian. Kriteria pengujiannya adalah:

¹¹⁴Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS: Uji Validitas, Uji Realibilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2* (Bogor: Guepedia, 2021):7.

- a. Apabila nilai atau poin *Cronbach's alpha* $> 0,60$ maka pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel tersebut dikatakan reliabel.
- b. Apabila nilai atau poin *Cronbach's alpha* $< 0,60$ maka pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.¹¹⁵

3.6 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel pengganggu/residual memiliki distribusi yang normal. Uji t dan uji f mengasumsikan nilai atau poin residual mengikuti distribusi distribusi normal. Apabila ada pelanggaran uji asumsi akan menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil. Cara mendeteksi residual mempunyai distribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan analisis grafik atau dengan uji statistik.¹¹⁶ Dalam penelitian ini uji normalitas digunakan untuk mengetahui data variabel independen (gaya hidup, religiusitas, kontrol diri) dan data variabel dependen (perilaku konsumtif) apakah berdistribusi normal atau tidak.

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas atau memiliki mempunyai varian sama. cara mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua pendekteksian yaitu melalui metode grafik dan metode statistik. Metode grafik digunakan dengan cara melihat grafik plot di antara nilai atau prediksi variabel dependen atau variabel terikat dengan residualnya. Dan uji statistic digunakan dengan cara melakukan uji park, uji glesjer, uji white, uji spearman's rank correlation, uji goldfield Quandt dan uji

¹¹⁵*Ibid.* hal 17.

¹¹⁶Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012):37.

Breusch-pagan-goldfrey.¹¹⁷ Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui data penelitian apakah terdapat gejala heteroskedastisitas atau tidak.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat korelasi yang sempurna antar variabel bebas atau independen. Apabila antar variabel tersebut terjadi multikolinearitas yang tinggi atau sempurna, maka koefisien regresi variabel bebas tidak dapat ditetapkan dan nilai standar error akan menjadi tidak terhingga.¹¹⁸ Uji multikolinearitas (hubungan linier antara variabel bebas dalam regresi berganda) dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi mengalami gejala multikolinearitas atau tidak.

3.7 Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis yang berupa statistic yang menghubungkan antara dua variabel bebas atau lebih dengan variabel terikat. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui naik atau turunnya variabel dependen.¹¹⁹ Pada umumnya model regresi berganda untuk populasi yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = variabel terikat (perilaku konsumtif)

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi dari X_1 dan X_2

X_1 = gaya hidup

X_2 = religiusitas

¹¹⁷*Ibid.* hal 38.

¹¹⁸*Ibid* hal 38.

¹¹⁹Meliani, Kosim, and Hakiem, "Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Di Marketplace." *l-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no 2 (2021):181.

X_3 = kontrol diri

e = error.

2. Analisis Koefisien Determinasi (R-Square)

Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu ada diantara nol dengan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel bebas (X) amat terbatas dalam memberi penjelasan pada variabel terikat. Menggunakan koefisien determinasi memiliki kelemahan mendasar yaitu dapat terhadap total variabel bebas yang masuk pada model. Ketika bertambah satu variabel bebas maka R^2 akan meningkat walaupun variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.¹²⁰ Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif atau untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji F (Simultan)

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen dalam model memiliki pengaruh secara bersama atau keseluruhan pada variabel dependen.¹²¹ Uji signifikansi simultan digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

4. Uji t (Parsial)

Uji t atau uji signifikansi parameter individual digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh terhadap koefisien regresi. Maksudnya, ada atau tidakkah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dilakukan untuk menguji secara parsial suatu hipotesis pada saat menggunakan analisis regresi linear berganda, yang menggunakan variabel independen atau variabel bebas lebih dari

¹²⁰ I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: QUADRANT, 2020:214.

¹²¹ *Ibid.* h. 15

satu.¹²² Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial atau untuk menguji secara parsial pengaruh setiap variabel independen (gaya hidup, religiusitas, kontrol diri) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif).

¹²²*ibid.*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Shopee

Shopee merupakan platform yang diluncurkan pada tahun 2015, shopee menjadi sebuah *platform* belanja secara *online* yang terdepan di kawasan Asia Tenggara dan Taiwan. Shopee adalah platform yang digunakan untuk belanja *online* yang telah disesuaikan dengan tiap wilayahnya. Shopee menyediakan berbagai macam produk mulai dari perlengkapan rumah, pakaian, *skincare*, sepatu, makanan, aksesoris dan lainnya. Shopee menyediakan sarana yang dapat mendukung penjual dalam berjualan karena shopee memberikan kemudahan penjual untuk memperoleh keterampilan dan pengetahuan mengenai cara mengembangkan sebuah bisnis online menjadi lebih baik dengan shopee. Dan dengan shopee dapat meningkatkan popularitas produk yang dijual para pedagang di shopee dapat ikut serta dalam berbagai *event* dan kampanye yang di adakan oleh shopee.¹²³

Shopee merupakan *marketplace* yang banyak digunakan di oleh masyarakat Indonesia dibandingkan *marketplace* lainnya, shopee mempunyai sasaran diantaranya anak-anak muda, ibu-ibu, dan bapak-bapak yang merupakan pengguna gawai yang dapat menjadi sasaran untuk melakukan transaksi di platform shopee. shopee menyediakan berbagai fitur yang mudah dipahami oleh konsumen, dan shopee juga menyediakan diskon atau potongan harga, gratis ongkir untuk menarik minat masyarakat dan juga iklan shopee di berbagai media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan lainnya.¹²⁴

¹²³Situs Shoopee.Co.Id, tanggal terbit 07-april-2017, accessed February 19, 2023,.

¹²⁴Ibid.

4.1.2 Profil UIN Walisongo Semarang

UIN Walisongo atau Universitas Islam Negeri Walisongo merupakan salah satu Universitas yang ada di Semarang. Dan merupakan perguruan tinggi yang berbasis nilai-nilai keislaman. UIN Walisongo didirikan pada 06 April tahun 1970 dengan nama IAIN Walisongo (Institut Agama Islam Negeri Walisongo) kemudian pada tanggal 19 Desember 2014 diresmikan menjadi Universitas Islam Negeri Walisongo oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo.

Nama walisongo yang dipilih oleh para pendiri sebagai simbol dan juga spirit untuk dinamika perguruan tinggi berbasis agama Islam di Jawa Tengah. Spirit dikembangkan UIN Walisongo sebagai pusat keunggulan perguruan tinggi agama Islam Indonesia. UIN Walisongo juga memiliki beberapa fakultas yaitu sebagai berikut: Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), Fakultas Syariah dan Hukum (FSH), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK), Fakultas Psikologi dan Kesehatan (FPK), Fakultas Ushuludin dan Humaniora (FUHUM), Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP), Fakultas Sains dan Teknologi (SAINTEK).¹²⁵

4.2 Gambaran Umum Responden

Data pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner atau angket, kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa pengguna shopee tahun angkatan 2019 di UIN Walisongo Semarang yang menjadi responden. Dan sampel pada penelitian ini sebanyak 98 sampel, dan sampel digunakan untuk pengujian hipotesis. Pertama kuesioner disebarakan kepada 40 responden dan kemudian dilanjut disebarakan kepada 98 sampel yang telah ditentukan. Pada penelitian ini memiliki tiga variabel bebas adalah gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri, sedangkan variabel terikatnya

¹²⁵Putradi Pamungkas, "Universitas Islam Negeri Walisongo," accessed February 3, 2023, <https://www.tribunnewswiki.com/2019/11/29/universitas-islam-negeri-walisongo>.

adalah perilaku konsumtif. Penelitian dilaksanakan dengan mencari tahu latar belakang responden, dan klasifikasi responden yaitu nama lengkap, jenis kelamin, fakultas, dan frekuensi transaksi mahasiswa angkatan 2019 yang menggunakan shopee. Di bawah ini adalah tabel frekuensi transaksi sebagai berikut:

- a. Berdasarkan Frekuensi Transaksi

Tabel 4.1

Frekuensi Transaksi

Keterangan	Jumlah	Persentase
2 kali	7	7%
Lebih dari 2 kali	91	93%
	98	100%

Sumber: data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa frekuensi transaksi yang telah terisi. Dapat disimpulkan bahwa responden yang melakukan transaksi 2 kali sebanyak 7 responden atau 7%. Dan responden yang melakukan transaksi lebih dari 2 kali sebanyak 91 responden atau 93%.

- b. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Klasifikasi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	13	13%
Perempuan	85	87%
Total	98	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas yang menunjukkan bahwa klasifikasi berdasarkan jenis kelamin yaitu terdapat responden laki-laki sebanyak 13 atau setara dengan 13%. Dan responden perempuan terdapat sebanyak 87 responden atau setara dengan 87%.

c. Berdasarkan Fakultas

Tabel 4.3

Klasifikasi Fakultas

Keterangan	Jumlah	Persentase
Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK)	11	11%
Fakultas Syariah dan Hukum (FSH)	12	12%
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK)	15	15%
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)	10	10%
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)	28	29%
Fakultas Psikologi dan Kesehatan (FPK)	6	6%
Fakultas Ushuluddin dan Humaniora (FUHUM)	3	3%
Fakultas Sains dan Teknologi (SAINTEK)	13	13%
Total	98	100%

Sumber: data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut menunjukkan klasifikasi responden sesuai fakultasnya yaitu Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebanyak 11 responden atau 11%. Fakultas Syariah dan Hukum sebanyak 12 responden atau 12%. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan sebanyak 15 responden atau 15%. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik sebanyak 10 responden atau 10%. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 28 responden atau 29%. Fakultas Psikologi dan Kesehatan sebanyak 6 responden atau 6%. Fakultas Ushuluddin dan Humaniora sebanyak 3 responden atau 3%. Dan Fakultas Sains dan Teknologi sebanyak 13 responden atau 13%.

4.3 Teknik Analisis Data

4.3.1 Deskriptif Statistik

Analisis deskriptif diperoleh untuk mendapatkan data secara umum mengenai pengaruh gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee di UIN Walisongo (studi kasus pada tahun angkatan 2019) dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 26 for windows*.

Berikut adalah hasl analisis deskriptif yang telah dilakukan pada data penelitian dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 26 for

windows dan memperoleh data deskripsi terkait nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata atau mean dan standar deviasi. Sebagai berikut:

Tabel 4.4

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Gaya Hidup	98	15	30	25.22	3.295
Religiusitas	98	31	50	43.39	3.924
Kontrol Diri	98	16	30	25.55	3.166
Perilaku Konsumtif	98	14	50	33.00	8.443
Valid N (listwise)	98				

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistic 26 (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 yang menunjukkan hasil analisis deskriptif, maka hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Gaya Hidup

a. Analisis data deskripsi penelitian variabel gaya hidup

1) Nilai batas minimum ditentukan dengan mengandaikan seluruh responden menjawab semua pernyataan pada butir jawaban dengan skor terendah adalah 1. Dengan jumlah item 6 item. Sehingga nilai batas minimum adalah jumlah responden \times bobot pertanyaan \times bobot jawaban = $1 \times 6 \times 1 = 6$

2) Nilai batas maksimum ditentukan dengan mengandaikan seluruh responden menjawab semua pertanyaan pada item dengan skor tertinggi yaitu 5. Sehingga nilai batas maksimum adalah jumlah responden \times bobot pertanyaan \times bobot jawaban = $1 \times 6 \times 5 = 30$.

3) Jarak antara batas minimum dan maksimum = $6 - 30 = 24$.

4) Jarak interval merupakan hasil dari jarak keseluruhan dibagi jumlah kategori = $24 : 5 = 4,8$ Dengan perhitungan seperti itu akan diperoleh realitas sebagai berikut:

6 10,8 15,6 20,4 25,2

Gambar tersebut dibaca :

Tabel 4.5

Klasifikasi hasil analisis deskripsi data gaya hidup

Interval	Keterangan	Subjek
6-10,8	Rendah	0
10,9-15,6	Cukup	1
15,7-20,4	Tinggi	6
20,5-25,2	Sangat tinggi	91

Berdasarkan peggolongan interval tersebut maka diambil kesimpulan bahwa mahasiswa pengguna shopee memiliki tingkat gaya hidup yang sangat tinggi yaitu 91 yang berada dalam interval 20,5-25,2

2. Religiusitas

a. Analisis data deskripsi penelitian variabel religiusitas

1) Nilai batas minimum ditentukan dengan mengandaikan seluruh responden menjawab semua pernyataan pada butir jawaban dengan skor terendah adalah 1. Dengan jumlah item 10 item. Sehingga nilai batas minimum adalah jumlah responden \times bobot pertanyaan \times bobot jawaban = $1 \times 10 \times 1 = 10$

2) Nilai batas maksimum ditentukan dengan mengandaikan seluruh responden menjawab semua pertanyaan pada item dengan skor tertinggi yaitu 5. Sehingga nilai batas maksimum adalah jumlah responden \times bobot pertanyaan \times bobot jawaban = $1 \times 10 \times 5 = 50$.

3) Jarak antara batas minimum dan maksimum = $10 - 50 = 40$.

4) Jarak interval merupakan hasil dari jarak keseluruhan dibagi jumlah kategori = $40 : 5 = 8$ Dengan perhitungan seperti itu akan diperoleh realitas sebagai berikut:

8 16 24 32 40

Gambar tersebut dibaca :

Tabel 4.6

Klasifikasi hasil analisis deskripsi data religiusitas

Interval	Keterangan	Subjek
8-16	Rendah	0
16-24	Cukup	0
25-32	Tinggi	3
33-40	Sangat tinggi	95

Berdasarkan penggolongan interval tersebut maka diambil kesimpulan bahwa mahasiswa pengguna shopee memiliki tingkat religiusitas yang sangat tinggi yaitu 95 yang berada dalam interval 33-40.

3. Kontrol Diri

a. Analisis data deskripsi penelitian variabel kontrol diri

1) Nilai batas minimum ditentukan dengan mengandaikan seluruh responden menjawab semua pernyataan pada butir jawaban dengan skor terendah adalah 1. Dengan jumlah item 6 item. Sehingga nilai batas minimum adalah jumlah responden \times bobot pertanyaan \times bobot jawaban = $1 \times 6 \times 1 = 6$

2) Nilai batas maksimum ditentukan dengan mengandaikan seluruh responden menjawab semua pertanyaan pada item dengan skor tertinggi yaitu 5. Sehingga nilai batas maksimum adalah jumlah responden \times bobot pertanyaan \times bobot jawaban = $1 \times 6 \times 5 = 30$.

3) Jarak antara batas minimum dan maksimum = $6 - 30 = 24$.

4) Jarak interval merupakan hasil dari jarak keseluruhan dibagi jumlah kategori = $24 : 5 = 4,8$ Dengan perhitungan seperti itu akan diperoleh realitas sebagai berikut:

6 10,8 15,6 20,4 25,2

Gambar tersebut dibaca :

Tabel 4.7

Klasifikasi hasil analisis deskripsi data kontrol diri

Interval	Keterangan	Subjek
6-10,8	Rendah	0
10,9-15,6	Cukup	0
15,7-20,4	Tinggi	8
20,5-25,2	Sangat tinggi	90

Berdasarkan penggolongan interval tersebut maka diambil kesimpulan bahwa mahasiswa pengguna shopee memiliki tingkat kontrol diri yang sangat tinggi yaitu 90 yang berada dalam interval 20,5-25,2.

4. Perilaku Konsumtif

a. Analisis data deskripsi penelitian variabel perilaku konsumtif

1) Nilai batas minimum ditentukan dengan mengandaikan seluruh responden menjawab semua pernyataan pada butir jawaban dengan skor terendah adalah Dengan jumlah item 10 item. Sehingga nilai batas minimum adalah jumlah responden \times bobot pertanyaan \times bobot jawaban = $1 \times 10 \times 1 = 10$

2) Nilai batas maksimum ditentukan dengan mengandaikan seluruh responden menjawab semua pertanyaan pada item dengan skor tertinggi yaitu 5. Sehingga nilai batas maksimum adalah jumlah responden \times bobot pertanyaan \times bobot jawaban = $1 \times 10 \times 5 = 50$.

3) Jarak antara batas minimum dan maksimum = $10 - 50 = 40$.

4) Jarak interval merupakan hasil dari jarak keseluruhan dibagi jumlah kategori = $40 : 5 = 8$ Dengan perhitungan seperti itu akan diperoleh realitas sebagai berikut:

8 16 24 32 40

Gambar tersebut dibaca :

Tabel 4.8
Klasifikasi hasil analisis deskripsi data perilaku konsumtif

Interval	Keterangan	Subjek
8-16	Rendah	2
16-24	Cukup	12
25-32	Tinggi	31
33-40	Sangat tinggi	53

Berdasarkan penggolongan interval tersebut maka diambil kesimpulan bahwa mahasiswa pengguna shopee memiliki tingkat religiusitas yang sangat tinggi yaitu 53 yang berada dalam interval 33-40.

4.3.2 Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur sebuah kuesioner apakah sah atau tidak setiap pernyataan atau pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Kuesioner atau angket disebut valid apabila pertanyaan atau pernyataan dalam angket dapat menjelaskan sesuatu yang sedang diukur.¹²⁶

Dengan pengambilan keputusan uji validitas adalah:

- apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka instrument penelitian tersebut dinyatakan valid.
- apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka instrument penelitian tersebut dinyatakan tidak valid.
- Apabila nilai signifikansi $< 5\%$ maka kuesioner dikatakan valid.
- Apabila nilai signifikansi $> 5\%$ maka kuesioner dikatakan tidak valid.

Rumus untuk menentukan R tabel yaitu:

$$R_{\text{tabel}} = N - 2 \quad N = \text{Sampel}$$

$$R_{\text{tabel}} = 98 - 2$$

$$R_{\text{tabel}} = 96 (0,1671)$$

Nilai signifikan 5% atau 0,05

¹²⁶Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS: Uji Validitas, Uji Realibilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2*. Bogor: Guepedia, 2021.

Hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas

VARIABEL	PERNYATAAN	VALIDITAS		Sig (2-tailed)	Keterangan
		Rtabel	Rhitung		
Gaya Hidup	X1.1	0.1671	0.727	0.000	Valid
	X1.2	0.1671	0.648	0.000	Valid
	X1.3	0.1671	0.717	0.000	Valid
	X1.4	0.1671	0.776	0.000	Valid
	X1.5	0.1671	0.702	0.000	Valid
	X1.6	0.1671	0.662	0.000	Valid
Religiusitas	X2.1	0.1671	0.263	0.009	Valid
	X2.2	0.1671	0.648	0.000	Valid
	X2.3	0.1671	0.511	0.000	Valid
	X2.4	0.1671	0.655	0.000	Valid
	X2.5	0.1671	0.747	0.000	Valid
	X2.6	0.1671	0.517	0.000	Valid
	X2.7	0.1671	0.413	0.000	Valid
	X2.8	0.1671	0.501	0.000	Valid
	X2.9	0.1671	0.660	0.000	Valid
	X2.10	0.1671	0.663	0.000	Valid
Kontrol Diri	X3.1	0.1671	0.687	0.000	Valid
	X3.2	0.1671	0.784	0.000	Valid
	X3.3	0.1671	0.708	0.000	Valid
	X3.4	0.1671	0.638	0.000	Valid
	X3.5	0.1671	0.569	0.000	Valid
	X3.6	0.1671	0.560	0.000	Valid
Perilaku Konsumtif	Y.1	0.1671	0.799	0.000	Valid
	Y.2	0.1671	0.660	0.000	Valid
	Y.3	0.1671	0.721	0.000	Valid
	Y.4	0.1671	0.814	0.000	Valid
	Y.5	0.1671	0.824	0.000	Valid
	Y.6	0.1671	0.819	0.000	Valid
	Y.7	0.1671	0.786	0.000	Valid
	Y.8	0.1671	0.639	0.000	Valid
	Y.9	0.1671	0.758	0.000	Valid
	Y.10	0.1671	0.435	0.000	Valid

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistic 26 (2023)

Berdasarkan tabel 4.9 tersebut menunjukkan semua butir pernyataan yang digunakan dalam variabel Gaya Hidup (X1), Religiusitas (X2), Kontrol Diri (X3), dan Perilaku Konsumtif (Y). Maka disimpulkan yaitu Rhitung dari keseluruhan indikator yang telah diuji memiliki nilai positif dan lebih besar dari nilai Rtabel, dan keseluruhan indikator memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dikatakan valid.

4.3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur variabel melalui beberapa pernyataan atau pertanyaan yang akan digunakan. Uji reliabilitas dilaksanakan dengan cara membandingkan nilai atau poin Cronbach's alpha dengan taraf signifikannya. Pernyataan disebut reliable apabila pada setiap variabel mempunyai *cronbach's alpha* > 0,60.¹²⁷ Adapun dalam penelitian ini hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas

VARIABEL	<i>CRONBACH'S ALPHA</i>	NILAI KRITIK	KETERANGAN
X1	0.789	0.60	Reliabel
X2	0.763	0.60	Reliabel
X3	0.736	0.60	Reliabel
Y	0.904	0.60	Reliabel

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistic (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan hasil dari uji reliabilitas yang dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang terdapat dalam variabel X1,X2,X3 dan Y memiliki nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar dai 0,60. Sehingga varibel yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan reliabel atau dapat dipercaya maka dapat digunakan untuk alat pengumpul data.

¹²⁷Ibid.

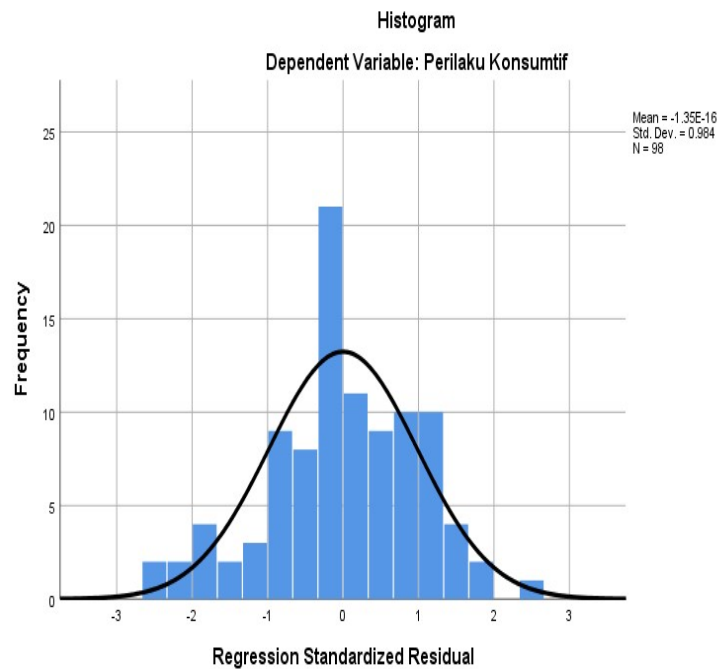
4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat nilai residual berdistribusi secara normal atau tidak agar pemilihan statistik bisa tepat. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 3

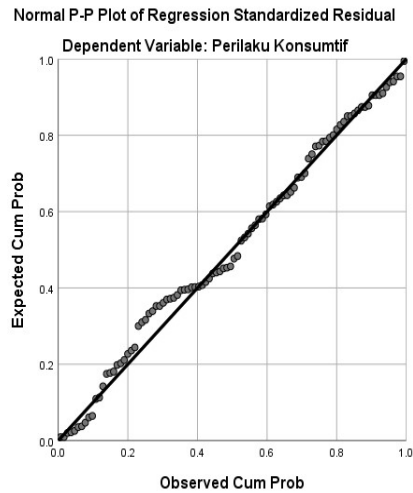
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah IBM Statistics 26 (2023)

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas yaitu gambar yang menunjukkan pola histogram tidak menceng (Skewness). Maka disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Untuk memperkuat dilakukan pula uji normalitas menggunakan *Probability Plot* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Gambar 4
Probability Plot



Sumber: Data diolah IBM Statistics 26 (2023)

Berdasarkan tabel diatas yang menunjukkan hasil uji normalitas dengan menggunakan probability plot memiliki hasil yang menunjukan bahwa titik-titik atau pola mengikuti garis lurus. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut berdistribusi normal. Dan juga untuk penguat bahwa model regresi berdistribusi normal dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*.

Dalam uji *kologorov-smirnov* dikatakan normal jika nilai signifikan $> 0,05$. Hasil uji normalitas dengan *kolmogorov-smirnov* dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11

One-Sample Kolmogorov- Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.10639934
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.044
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

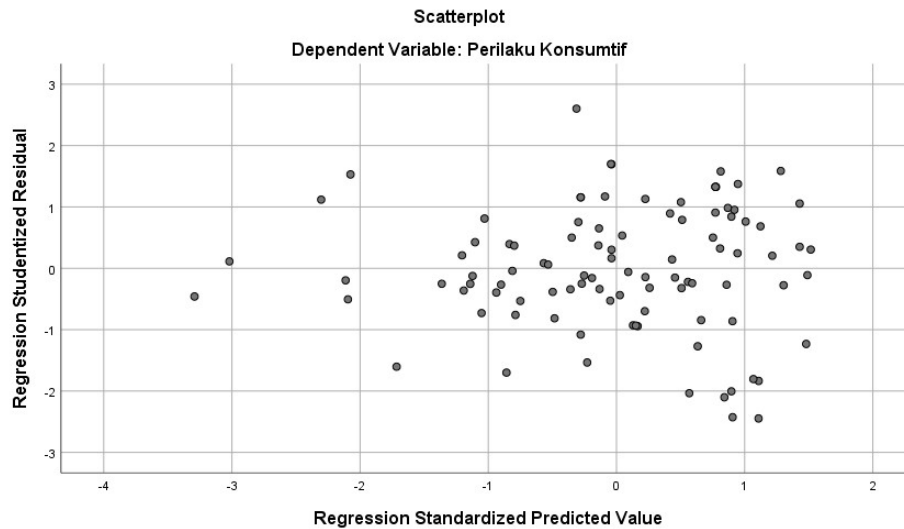
Sumber: Data diolah IBM Statistic 26 (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil uji normalitas menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov* dan memiliki nilai signifikan 0.200 yang menunjukkan lebih besar dari 0.05. Maka dalam penelitian ini dapat dikatakan datanya berdistribusi secara normal.

4.4.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah alat untuk menguji suatu model regresi agar mengetahui apakah terdapat persamaan variance dari residual sebuah pengamatan ke pengamatan lain, apabila variance dari residual sebuah pengamatan ke pengamatan lain sama atau tetap maka dinyatakan heterokedastisitas. Dan juga gejala heterokedastisitas tidak terjadi jika nilai signifikan $> 0,05$ dan sebaliknya. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heterokedastisitas.¹²⁸

¹²⁸Echo Perdana, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22, Lab Kom Manajemen Fe Ubb* (Bangka Belitung: LAB KOM Manajemen FE UBB, 2016).

Gambar 5**Grafik Scatterplot**

Sumber: Data diolah IBM Statistics 26 (2023)

Berdasarkan gambar grafik scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dan juga tidak membentuk suatu pola atau garis tertentu. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat heterokedastisitas. Dan untuk memperkuatnya dilakukan uji dengan metode uji spearman's rho berikut ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Spearman's rho

Variabel Penelitian	Nilai Signifikansi
Gaya Hidup	0.496
Religiusitas	0.636
Kontrol Diri	0.940

Sumber: Data diolah IBM Statistics 26 (2023)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas menunjukkan hasil uji heterokedastisitas yaitu diketahui bahwa variabel gaya hidup memiliki nilai signifikansi 0.496, religiusitas memiliki nilai signifikansi 0.636, dan kontrol diri memiliki nilai signifikansi 0.940. Maka disimpulkan bahwa keseluruhan variabel mempunyai

nilai signifikansi lebih dari 0.05 Sehingga tidak terdapat gejala heterokedastisitas dalam penelitian ini dan model tersebut layak untuk dilakukan.

4.4.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dalam menguji apakah pada model regresi terdapat korelasi yang sempurna antar variabel bebas atau independen. Apabila antar variabel tersebut terjadi multikolinearitas yang tinggi atau sempurna, maka koefisien regresi variabel bebas tidak dapat ditetapkan dan nilai standar eror akan menjadi tidak terhingga. Model regresi yang tidak terjadi hubungan dalam tiap variabel adalah model regresi yang baik.¹²⁹

Tabel 4.13

Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	4.716	9.388		.502	.617		
Gaya Hidup	1.393	.263	.544	5.307	.000	.718	1.392
Religiusitas	-.022	.225	-.010	-.097	.923	.690	1.449
Kontrol Diri	-.232	.237	-.087	-.977	.331	.954	1.048

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah IBM Statistics 26 (2023)

Multikolinearitas terjadi jika nilai VIF < 10 dan tolerance > 0,1 maka nilai multikolinearitas dapat toleransi dan tidak terdapat multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas yaitu Gaya Hidup (X1) memiliki nilai VIF sebesar 1.392 dan tolerance sebesar 0.718, Religiusitas (X2) memiliki nilai VIF sebesar 1.449 dan tolerance sebesar 0.690, Kontrol Diri (X3) memiliki nilai VIF sebesar 1.048 dan tolerance sebesar 0.954. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki

¹²⁹Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*.

nilai VIF lebih kecil dari 10 dan toleransi lebih besar dari 0,1. Maka dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas.

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan untuk mengetahui naik atau turunnya variabel dependen.¹³⁰ Adapun hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	4.716	9.388		.502	.617		
Gaya Hidup	1.393	.263	.544	5.307	.000	.718	1.392
Religiusitas	-.022	.225	-.010	-.097	.923	.690	1.449
Kontrol Diri	-.232	.237	-.087	-.977	.331	.954	1.048

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah IBM Statistics 26 (2023)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 4.716 + 1.393X_1 - 0.022X_2 - 0.232X_3$$

¹³⁰Meliani, Kosim, and Hakiem, "Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Di Marketplace." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no 2 (2021):181.

Keterangan:

X_1 = Gaya Hidup

X_2 = Religiusitas

X_3 = Kontrol Diri

a = konstanta

e = standar eror

Berdasarkan persamaan regresi diatas maka dapat di uraikan yaitu, sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 4.716

Mempunyai arti apabila semua variabel bebas yaitu variabel gaya hidup (X_1), religiusitas (X_2), dan kontrol diri (X_3) dianggap sama dengan nol (0), maka variabel terikat yaitu perilaku konsumtif (Y) terdapat pada angka 4.716.

2. Koefisien regresi X_1 (gaya hidup) sebesar = 1.393

Mempunyai arti yaitu nilai koefisien gaya hidup bertanda positif terhadap perilaku konsumtif, serta memiliki nilai koefisien regresi sebesar = 1.393. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketika nilai variabel gaya hidup (X_1) bertambah satu poin maka variabel perilaku konsumtif (Y) akan meningkat sebanyak 1.393 kali.

3. Koefisien regresi X_2 (religiusitas) sebesar = -0.022

Mempunyai arti yaitu nilai koefisien religiusitas bertanda negatif terhadap perilaku konsumtif, serta memiliki nilai koefisien regresi sebesar = -0.022. Hal tersebut menunjukkan ketika variabel religiusitas (X_2) bertambah satu maka variabel perilaku konsumtif (Y) akan menurun sebanyak -0.022 kali.

4. Koefisien regresi X_3 (kontrol diri) sebesar = -0.232

Mempunyai arti yaitu nilai koefisien kontrol diri bertanda negative terhadap perilaku konsumtif, serta memiliki nilai koefisien regresi sebesar = -0.232. Hal tersebut menunjukkan ketika variabel kontrol diri (X_3) bertambah satu poin maka variabel perilaku konsumtif (Y) akan menurun sebanyak -0.232 kali.

4.5.2 Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan agar mengetahui besarnya pengaruh variabel gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif atau untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15

Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540 ^a	.291	.269	7.219

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Gaya Hidup, Religiusitas

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah IBM Statistics 26 (2023)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dihasilkan nilai Adjusted R square sebesar 0.269 atau 26,9%. Berarti menunjukkan bahwa variabel independent yaitu gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependent yaitu perilaku konsumtif sebesar 0.269 atau 26,9%. Sedangkan sisanya (100%-26,9%=73,1%) di pengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4.5.3 Uji f

Uji f dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas (gaya hidup, religiusitas, kontrol diri) dengan variabel terikat (perilaku konsumtif). Dengan taraf signifikansi yaitu 0.05 atau 5%. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2015.412	3	671.804	12.891	.000 ^b
Residual	4898.588	94	52.113		
Total	6914.000	97			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Gaya Hidup, Religiusitas

Sumber: Data diolah IBM Statistics 26 (2023)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa nilai F sebesar =12.891 dan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Yang berarti bahwa hal tersebut menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4.5.4 Uji T

Uji t dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas dinyatakan memiliki pengaruh jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau jika memiliki nilai signifikan < 0.05 . Pada penelitian ini untuk menentukan T_{tabel} yaitu sebagai berikut:

Taraf sig = 0.05

Df = *Degree of freedom* atau derajat kebebasan.

(n)jumlah Sampel = 98

(k) Jumlah variabel = 4

Df =n-k

Df = 98-4 = 94 (1.66123)

Maka diperoleh T_{tabel} (satu arah)= 1.66123

Tabel 4.17

Hasil Uji Signifikansi T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	4.716	9.388		.502	.617
Gaya Hidup	1.393	.263	.544	5.307	.000
Religiusitas	-.022	.225	-.010	-.097	.923
Kontrol Diri	-.232	.237	-.087	-.977	.331

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data primer yang diolah (2023)

Hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.17 yang memberikan hasil bahwa variabel gaya hidup memiliki nilai sig $0.000 < 0.05$ yang mempunyai arti bahwa secara parsial gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Variabel religiusitas memiliki nilai sig $0.923 > 0.05$ yang mempunyai arti bahwa religiusitas secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Variabel kontrol diri memiliki nilai sig $0.331 > 0.05$ yang mempunyai arti bahwa kontrol diri secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dan dapat disimpulkan sebagai berikut:

H1 = Variabel gaya hidup mempunyai $T_{hitung} (5.307 > T_{tabel} (1.66123))$ dan memiliki nilai sig $(0.000) < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, sehingga H1 diterima.

H2 = Variabel religiusitas mempunyai $T_{hitung} (-0.097) < T_{tabel} (1.66123)$ dan memiliki nilai sig $(0.923) > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga H2 ditolak.

H3 = Variabel kontrol diri mempunyai $T_{hitung} (-0.977) < T_{tabel} (1.66123)$ dan memiliki nilai sig $(0.331) > 0.05$. Maka dapat

disimpulkan bahwa variabel kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga H3 ditolak.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan sebanyak 98 responden mahasiswa pengguna shopee angkatan 2019 di UIN Walisongo Semarang dengan guna memberikan informasi mengenai variabel gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji validitas data dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa semua pernyataan yang terdapat dalam kuesioner atau angket dan yang kemudian diajukan kepada 98 responden tersebut dinyatakan valid, sebab semua pernyataan memiliki R hitung lebih besar dari R tabel. Dan hasil dari uji reliabilitas data dalam penelitian ini semuanya dinyatakan reliabel sebab seluruh pernyataan mempunyai *cronbach alpha* lebih dari 0.60.

Penelitian ini memiliki Adjusted R square yaitu sebesar = 0.269 atau sama dengan 26,9% yang artinya variabel gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri mempunyai pengaruh yang simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 0.269 atau 26.9% serta sisanya yaitu 73,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini menghasilkan persamaan regresi yaitu $Y = 4.716 + 1.393X_1 - 0.022X_2 - 0.232X_3$ dengan nilai konstanta yaitu sebesar = 4.716. Dan hasil uji f dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel gaya hidup, religiusitas, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05. Dan hasil uji t dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

4.6.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada responden mahasiswa pengguna shopee angkatan tahun 2019 UIN Walisongo Semarang yang telah dianalisis dengan bantuan SPSS *Statitistics 26 for windows* menunjukkan adanya pengaruh variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee angkatan tahun 2019 UIN Walisongo Semarang. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda variabel gaya hidup mempunyai nilai koefisien sebesar 1,393 yang berarti positif. Maksudnya adalah variabel gaya hidup searah atau berbanding lurus terhadap perilaku konsumtif. Adapun hasil uji t menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki nilai signifikansi yaitu 0.00 lebih kecil dari 0.05. Artinya adalah variabel gaya hidup (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup maka perilaku konsumtif juga semakin tinggi. Maka hipotesis satu (H1) yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, maka hipotesis (H1) tersebut diterima.

Hasil penelitian ini dapat dilihat dalam pernyataan mengenai aktivitas, minat dan opini pribadi individu mahasiswa yang mencerminkan perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa pengguna shopee angkatan tahun 2019 UIN Walisongo Semarang. Sehingga tinggi rendahnya gaya hidup individu akan mempengaruhi perilaku konsumtif individu juga. Seseorang yang cenderung memiliki gaya hidup tinggi maka akan cenderung berperilaku konsumtif juga.

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Pulungan dan Febrianty yang menyatakan variabel gaya hidup berpengaruh positif dan juga

signifikan terhadap perilaku konsumtif.¹³¹ Dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan Alamanda, dan Rafidah yang memiliki hasil bahwa variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.¹³² Hal ini menunjukkan bahwa jika gaya hidup semakin tinggi, maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi pula.¹³³ Berbeda dengan penelitian Risnawati yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.¹³⁴

4.6.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada responden mahasiswa pengguna shopee angkatan tahun 2019 UIN Walisongo Semarang yang telah dianalisis dengan bantuan SPSS *Statitistics 26 for windows* menunjukkan adanya pengaruh variabel religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee angkatan tahun 2019 UIN Walisongo Semarang. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda variabel religiusitas mempunyai nilai koefisien -0,022 yang berarti negatif. Maksudnya adalah religiusitas berlawanan arah atau berbanding terbalik terhadap perilaku konsumtif. Adapun hasil uji t menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki nilai signifikansi yaitu 0,923 lebih besar dari 0.05. Artinya adalah variabel religiusitas (X2) berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Maka hipotesis (H2) yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan religiusitas terhadap perilaku konsumtif, maka hipotesis (H2) tersebut ditolak.

¹³¹Pulungan and Febriaty, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa."

¹³²Alamanda, "Pengaruh Harga Diri Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif."

¹³³Rafidah, Alawiyah, and Mulyana, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa."

¹³⁴Risnawati, Mintarti, and Wardoyo, "Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa."

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sehingga tinggi rendahnya tingkat religiusitas mahasiswa tidak memberikan pengaruh terhadap tinggi rendahnya perilaku konsumtif setiap mahasiswa pengguna shopee. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan yang dijawab responden tentang keyakinan, kepatuhan, penghayatan, konsekuensi, dan pengalaman praktik namun tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini disebabkan karena pada kenyataan dilapangan mahasiswa tidak begitu memperhatikan aspek-aspek religiusitas pada saat berbelanja, sehingga religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan masih ada mahasiswa yang menerima pemahaman religiusitas hanya dijadikan sebagai pengetahuan saja serta tidak menjamin pengetahuan tersebut dapat meningkatkan religiusitas sehingga hal tersebut mempengaruhi jawaban responden.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Arif Rahmat dan penelitian yang dilakukan oleh Saputra yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.¹³⁵ Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rohana yang menyatakan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. Hal tersebut sejalan juga dengan hasil penelitian Siti Anifah yang hasilnya menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.¹³⁶ Dan berdasarkan penelitian Ramadhani yang menyebutkan bahwa kebanyakan mahasiswa menerima pemahaman mengenai religiusitas hanya dijadikan sebagai pengetahuan serta tidak menjamin pengetahuan yang

¹³⁵Rahmat, Asyari, and Puteri, "Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies* 4, no 1 (2020):39.

¹³⁶Siti Anifah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga)" *Skripsi IAIN Salatiga*, (2020):100.

telah diterima oleh mahasiswa tersebut akan dapat meningkatkan religiusitas mahasiswa. Sehingga variabel religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.¹³⁷

Dan variabel religiusitas bukan satu-satunya faktor yang dapat memengaruhi perilaku mahasiswa. Terdapat banyak faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif individu yang tidak diteliti dalam riset ini. Faktor-faktor lain tersebut yang di maksud berdasarkan riset yang dilakukan Betty & Kahle yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif individu, adalah terdapatnya peran atau sikap yang dapat memengaruhi perilaku membeli individu. Adapun faktor-faktornya adalah : pengaruh keluarga, kelompok teman sebaya, pengalaman, dan literasi keuangan.¹³⁸

4.6.3 Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada responden mahasiswa pengguna shopee angkatan tahun 2019 UIN Walisongo Semarang yang telah dianalisis dengan bantuan SPSS *Statitistics 26 for windows* menunjukkan adanya pengaruh variabel kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee angkatan tahun 2019 UIN Walisongo Semarang. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda variabel kontrol diri mempunyai nilai koefisien -0,232 yang berarti negatif. Maksudnya adalah variabel kontrol diri berlawanan arah atau berbanding terbalik terhadap perilaku konsumtif. Adapun hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kontrol diri memiliki nilai signifikansi yaitu 0,331 lebih besar dari 0.05. Artinya adalah variabel kontrol diri (X3) berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Maka hipotesis (H3) yang

¹³⁷Rianti Hikmah Ramadhani, "Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)" *Skripsi Universitas Sumatera Utara*, (2019).

¹³⁸Haryuning Mulatsih Saputri, Siswandari, and Binti Muchsini, "Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah Program Khusus (PK) Kota Barat Surakarta," *Jurnal Tata Arta* 3, no. 2 (2017): 12–26.

menyebutkan bahwa terdapat pengaruh negative dan signifikan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, maka hipotesis (H3) tersebut ditolak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sehingga tinggi rendahnya tingkat kontrol diri mahasiswa tidak mampu mengubah perilaku konsumtif mahasiswa tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kontrol diri mahasiswa belum tentu memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif setiap mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan yang dijawab responden tentang kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan namun tidak mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan karena pada kenyataan dilapangan mahasiswa tidak begitu memperhatikan religiusitas sehingga kontrol diri juga terpengaruhi pada saat berbelanja, sehingga kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dan juga karena terdapat banyak faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif selain kontrol diri, seperti faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis sehingga kontrol diri tidak terlalu memberikan pengaruh pada perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh oleh Nainggolan yang menunjukkan bahwa variabel kontrol diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.¹³⁹ Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani yang menyebutkan bahwa variabel kontrol diri mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.¹⁴⁰ Dan selaras dengan penelitian Siti Anifah yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan

¹³⁹Nainggolan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5, no 1 (2022):810-826.

¹⁴⁰Ramadhani, "Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)." *Skripsi* (2019).

kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.¹⁴¹ Dan Salsabila menyebutkan bahwa variabel kontrol diri bukanlah variabel kuat yang dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif individu.¹⁴²

¹⁴¹ Siti Anifah, “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga)” *Skripsi IAIN Salatiga*, (2020):99.

¹⁴²Risa Salsabila and Rahma Nio Suci, “Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum Ubh Pengguna Shopee,” *Jurnal Riset Psikologi* 2019, no. 4 (2019): 1–12.

BAB V

PENUTUP

KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil pembahasan yang sudah dipaparkan terkait Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee di UIN Walisongo (studi kasus mahasiswa angkatan tahun 2019) diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel gaya hidup mempunyai pengaruh positif dan juga signifikan terhadap perilaku konsumtif. variabel gaya hidup memiliki t hitung 4.728 lebih besar dari nilai t tabel 1.66123 dan nilai signifikansi 0.000 sehingga lebih dari 0.05 maka hipotesis 1 diterima. Dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.
2. Variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel religiusitas memiliki t hitung 0.278 lebih kecil dari t tabel 1.66123 dan dengan nilai signifikansi 0.782 lebih besar dari 0.05 sehingga hipotesis 2 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3. Variabel kontrol diri mempunyai pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel kontrol diri mempunyai t hitung -1.490 lebih kecil dari 1.66123 dan dengan nilai signifikansi 0.139 lebih besar dari 0.05. Sehingga hipotesis 3 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

SARAN

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dan semoga penelitian ini dapat dikembangkan lebih baik lagi. Dan bagi mahasiswa diharapkan dalam melakukan konsumsi untuk dapat berkonsumsi dengan baik agar terhindar dari perilaku konsumtif.

KETERBATASAN PENELITIAN

Kuesioner yang digunakan ada yang salah sehingga hasilnya bias, variabel religiusitas dan variabel kontrol diri hasilnya tidak signifikan mungkin karena kuesioner yang salah sehingga hasilnya tidak signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamanda, Yarian. "Pengaruh Harga Diri Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 6, no. 2 (2018): 273–279.
- Amalia, Farah. "The Role of Religiosity on Halal Product Purchasing Decision Case Study : Wardah Cosmetics." *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 1, no. 1 (2020): 19.
- Anggraeni, Elly, and Khasan Setiaji. "Pengaruh Media Sosial Dan Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *172-180* 7, no. 1 (2018): 172–180.
- Anifah, Siti. "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga)." IAIN Salatiga, 2020.
- Anoraga, Bintang Jalasena, and Sri Setyo Iriani. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy." *BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 6, no. 2 (2018): 139.
- Apriliani, Indah, Lania Muharsih, and Nita Rohayati. "Fanatisme Dan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Penggemar K-Pop Di Karawang." *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang* 1, no. 1 (2021): 75–84.
- Asisi, Irianti, and Purwantoro. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian." *jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 2, no. 1 (2020): 107–118.
- Baca, Bahatma. "Halal Life Style Sebagai Dakwah Determinasi Diri Dan Sosial Masyarakat Indonesia." *Jurnal Al-Hikmah* 19, no. 01 (2021): 1–12.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS: Uji Validitas, Uji Realibilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2*. Bogor: Guepedia, 2021.
- Dewi, Intan Rahmawati. "Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022." *CNBC Indonesia.Com*. Last modified 2022. Accessed November 24, 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022/amp>.
- Dikria, Okky, and Sri Umi Mintarti. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan." *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 09, no. 2 (2016): 128–139. <https://dx.doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128>.
- Fadloli, Widaningsih, and Abdul Chalim. "Halal Lifestyle of Malang State Polytechnic Students." *Seminar Nasional ...* (2021). <https://prosiding.polinema.ac.id/sngbs/index.php/sngbs/article/view/322>.
- Fataron, Zuhdan Ady, and Hariyanti Rohmah. "Effect Analysis of Trust, Ease, Information Quality, Halal Product on Online Purchase Decision of 2016-

- 2018 Batch Students of Islamic Economics Study Program in UIN Walisongo at Shopee Marketplace.” *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 1, no. 1 (2020): 3.
- Hartati, Nelty dkk. *Islam Dan Psikologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Haryono, Siswoyo. *Metodologi Penelitian Manajemen Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama, 2012.
- Insani, Karida Fitri Ria. “Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee,” 2022.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press, 2012.
- Jaya, I Made Laut Mertha. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: QUADRANT, 2020.
- kbbi daring. “Kamus.” Accessed December 2, 2022. <https://kbbi.web.id/konsumen.html>.
- Kiftiyah, Lifiana Maryatul. “Pengaruh Regulasi Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Fashion Pada Mahasiswi.” *UIN Walisongo Semarang*, 2022.
- Kurifawan, Ferdy Nanda. “Pengaruh Religiusitas Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumtif Membeli Produk Fashion Pada Mahasantri Ma’had Sunan Ampel Al-Aly Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.” *Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim*, 2018.
- Kusumaningtyas, Indarti, and Norida Canda Sakti. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Di Sma Negeri 1 Taman Sidoarjo.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 5, no. 3 (2017): 1–8.
- Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny, and Desi Herlina. “Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja.” *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (2017): 1–6.
- LPM idea. “Fakta Menarik UIN Walisongo Yang Tidak Diketahui Mahasiswa 2020 Dan 2021.” *Www.Ideapers.Com*. Last modified 2021. Accessed November 24, 2022. <https://www.ideapers.com/2021/08/fakta-menarik-uin-walisongo-yang-tidak-diketahui-mahasiswa-2020-2021.html?m=1>.
- Mawo, Theodorus, Partono Thomas, and Sunarto. “Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri Dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa.” *Journal of Economic Education* Volume 6 (, no. 1 (2017): 60–65.
- Meliani, Aldeana, Ahmad Mulyadi Kosim, and Hilman Hakiem. “Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Di Marketplace.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 2 (2021): 163–175.
- Melina, Angra, and Saftia Wulandari. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko.” *Scientific Journals of Economic Education* 2, no. 1 (2018): 143.
- Mochlasin. “Rekonstruksi Teori Consumer Equilibrium Perspektif Ekonomi

- Islam.” *Muqtasid* 4, no. 1 (2013): 23.
- Muhammad, Maulana. “Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA 2018.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 7 Nomor 2 (2022): 61–70.
- Mulyawan, I Nyoman Rajeg, Made Wery Dartiningsih, and Ayu Made Nia Mahayani. “Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping Pada Prodi Bimbingan Dan Konseling Universitas PGRI Mahadewa Indonesia Tahun 2022” 23, no. 2 (2022): 317–328.
- Nadzir, Ahmad Isham, and Nawang Warsi Wulandari. “Hubungan Religiusitas Penyesuaian Diri Siswa Pondok Pesantren.” *Jurnal Psikologi Tabulaarasa* 8, no. 2 (2013): 698–707.
- Nainggolan, Hermin. “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5, no. 1 (2022): 810–826.
- Nur’aini, Hanifah, and Rasyid Ridla. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA LEMBAGA DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MUZAKKI UNTUK MENYALURKAN ZAKAT PROFESI (Studi Di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta).” *Jurnal Md* 1, no. 2 (2015): 207–228. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/view/648>.
- Palupi, Galih Ayu. “Shopee Masih Jadi E-Commerce Pilihan Utama Masyarakat Indonesia.” *GoodStat.Id*. Last modified 2022. Accessed November 24, 2022. <https://goodstats.id/article/jakpat-shopee-masih-rajai-e-commerce-pilihan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-scYdn>.
- Pamungkas, Putradi. “Universitas Islam Negeri Walisongo.” Accessed February 3, 2023. <https://www.tribunnewswiki.com/2019/11/29/universitas-islam-negeri-walisongo>.
- Perdana, Echo. *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22. Lab Kom Manajemen Fe Ubb*. Bangka Belitung: LAB KOM Manajemen FE UBB, 2016.
- Prasetya, Fiki Febrian Dwi. “Kontrol Diri Dan Persepsi Terhadap Iklim Sekolah Dengan Perilaku Bullying Pada Siswa.” *Jurnal Kepemimpinan & Pendidikan Islam* 6, no. 1 (2022): 104–120.
- Pratama, Gama. “Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Jurnal Ecopreneur Analisis* 1 (2020): 21–34.
- Pratiwi, Indah. “Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 9, no. 1 (2017): 98.
- Priangani, Ade. “Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global.” *Jurnal Kebangsaan* 2, no. 4 (2013): 1–9.
- Prihatini, Diary, and Agus Irianto. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Jurnal Ecogen* 4, no. 1 (2021): 24.
- Pulungan, Delyana Rahmawaty, and Hastina Febriaty. “Pengaruh Gaya Hidup

- Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2, no. 3 (2018): 1–8.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Universitas Udayana, 2017.
- Putri, Yulia, Ani Solihat, Rani Rahmayani, Iis Iskandar, and Andry Trijumansyah. “Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa* 16, no. 1 (2019): 77–88.
- R, Sutipyo, and Amrih Latifah. “Prestasi Belajar Siswa Madrasah Aliyah Negeri (MAN) X Sleman Yogyakarta Ditinjau Dari Dimensi Religiusitas.” *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam* 10, no. 1 (2017): 50–78.
- Rafidah, Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, and Mulyana. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.” *Jurnal Economina* 1, no. 1 (2020): 49–62.
- Rahayu, Dita. “Pengaruh Kontrol Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Sains Dan Teknologi Angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.” *Skripsi*, 2017.
- Rahmat, Arif, Asyari Asyari, and Hesi Eka Puteri. “Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (2020): 39.
- Rahmat, Arif, Asyari, and Hesi Eka Puteri. “Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (2020): 39.
- Rahmawati, Siti. “Pengaruh Religiusitas Terhadap Penerimaan Diri Orangtua Anak Autis Di Sekolah Luar Biasa XYZ.” *JURNAL Al-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA* 4, no. 1 (2018): 17.
- Ramadhani, Hanafiah, Nur Ayyah Alfatikhah, and Rochiyati Murniningsih. “Pengaruh Gaya Hidup Halal Dan Self-Identity Terhadap Halal Fashion Di Indonesia.” *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology* (2021): 537–546. <http://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/5945>.
- Ramadhani, Rianti Hikmah. “Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara).” Universitas Sumatera Utara, 2019.
- Risnawati, Sri Umi Mintarti, and Cipto Wardoyo. “Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa.” *Jurnal Pendidikan* 3, no. 4 (2018): 430–436.
- Rohana, Fatkhul sani. “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek R2).” *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek R2) Skripsi*, 2017. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/29578/>.
- Rusby, Zulkifli. *Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam UIR,

- 2017.
- Safitri, Ririh Megah. "Menjadi Perempuan Tambak Lorok: Konstruksi Gaya Hidup Perempuan Muslim Pesisir." *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)* 2, no. 2 (2018): 149–168.
- Salsabila, Risa, and Rahma Nio Suci. "Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum Ubh Pengguna Shopee." *Jurnal Riset Psikologi* 2019, no. 4 (2019): 1–12.
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah. *Perilaku Konsumsi Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Saputra, Fajar Wahyu. "Hubungan Antara Religiusitas Dan Konsep Diri Dengan Tingkat Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Fashion Melalui E-Commerce Pada Mahasiswa," 2022.
- Saputri, Haryuning Mulatsih, Siswandari, and Binti Muchsini. "Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah Program Khusus (PK) Kota Barat Surakarta." *Jurnal Tata Arta* 3, no. 2 (2017): 12–26.
- Sari, Shintya Novita. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau." *Skripsi Pada Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim*, 2021.
- Siyoto, Sandu, and Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukirno, Firla Setyo, and Sugeng Harianto. "Pergeseran Gaya Hidup Masyarakat Sub Urban Area Di Kota Mojokerto." *Paradigma* 5, no. 1 (2017): 1–9. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/18102>.
- Sukma, Maulidysneni Nurvita, and Clarashinta Canggih. "Pengaruh Electronic Money , Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 01 (2021): 209–215.
- Syaiful, Irfan Aulia, Khairul Rizal, and Anggit Verdaningrum Kumala Sari. "Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Di Toko Daring: Peran Faktor Psikologis Persepsi Kualitas Produk Dan Tingkat Kepercayaan." *Jurnal Penelitian Psikologi* 2, no. 2 (2018): 195.
- Tripambudi, Bagus, and Endang sri Indrawati. "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro." *Empati* 7, no. April (2020): 189–195.
- Tripuspitorini, Fifi Afiyanti. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2020): 54–69.
- Triyaningsih. SL. "Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 11, no. 2 (2011): 172–177.
- Ulya, Fika Nurul. "Riset: Masyarakat Lebih Banyak Belanja Online Dibanding

- Offline.” *Kompas.Com*. Last modified 2021. Accessed November 24, 2022. <https://amp.kompas.com/money/read/2021/10/22/211000926/riset-masyarakat-lebih-banyak-belanja-online-dibanding-offline>.
- Umayah, Binti, and Fachrul Kurniawan. “Analisa Perilaku Konsumen Melalui Data Transaksi Berbasis Pendekatan Market Basket Analysis” 1, no. 2 (2019): 30–35.
- Wahyuni, Rika, Hadi Irfani, Isna Asyri Syahrina, and Rima Mariana. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.” *Jurnal Benefita* 4, no. 3 (2019): 548–559.
- Yulita, Ati Sumiati, and Sri Zulaihati. “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Online Food Delivery Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.” *Ekonomi* 1, no. 1 (2022): 1–15.
- Zaki, Asyraf, and Suriani. “Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Religiusitas, Dan Motivasi Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Baitul Mal Aceh Selatan.” *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 7 (2021).
- “Al-Qur’an.” Accessed November 8, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/surah/5/87>.
- “Al-Qur’an.” Accessed November 19, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/surah/8/72>.
- “Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 79 Persen.” *Www.Kominfo.Go.Id*. Last modified 2019. Accessed November 24, 2022. https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media.
- “Shopee.Co.Id.” Last modified 2007. Accessed February 19, 2023. shopee.co.id.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PENGARUH GAYA HIDUP, RELIGIUSITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE

(Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Walisongo Tahun Angkatan 2019)

Assalamu'alaikum wr.wb

Saya Rostika, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi S1 Manajemen UIN Walisongo Semarang, saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH GAYA HIDUP, RELIGIUSITAS, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Walisongo Tahun Angkatan 2019)”.

Mohon kesediaan saudara/i konsumen shopee untuk mengisi kuesioner penelitian skripsi saya. Isian kuesioner dari saudara/saudari sangat berarti bagi saya, yang mana akan berpengaruh pada kelancaran tugas akhir saya. Atas perhatiannya saya mengucapkan terimakasih.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Jenis kelamin : Laki-laki
 Perempuan

Fakultas : FDK, FEBI, FPK, FISIP, SAINTEK, FUHUM, FITK, FSH

Frekuensi transaksi menggunakan shopee : 2 kali
 lebih dari 2 kali

B. Petunjuk pengisian

Petunjuk pengisian dalam kuesioner ini adalah dengan memilih \surd pada salah satu jawaban yang disediakan dengan keterangan sebagai berikut:

1. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) : skor 1

2. Jawaban TS (Tidak Setuju) : skor 2
 3. Jawaban N (Netral) : skor 3
 4. Jawaban S (Setuju) : skor 4
 5. Jawaban SS (Sangat Setuju) : skor 5

C. Gaya Hidup

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Shopee membantu aktivitas berbelanja saya menjadi lebih mudah.					
2.	Saya berminat membeli produk di shopee karena produknya menarik.					
3.	Saya memilih membeli produk di shopee karena harganya lebih terjangkau.					
4.	Saya menggunakan shopee untuk membeli produk yang diinginkan.					
5.	Saya tertarik belanja di shopee karena produknya terjamin.					
6.	Saya memilih belanja di shopee karena ada gratis ongkir.					

D. Religiusitas

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya yakin setiap perbuatan yang saya lakukan diawasi oleh Allah (Tuhan Yang Maha Esa).					
2.	Saya berbelanja di shopee sesuai dengan cara jual beli dalam agama.					
3.	Saya nyaman berbelanja di shopee karena memberi kepuasan batin.					
4.	Norma agama menjadi panduan saya dalam berbelanja di shopee.					
5.	Saya menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan aturan agama pada saat berbelanja di shopee.					

6.	Saya yakin membeli produk yang haram di shopee adalah dosa.					
7.	Allah memerintahkan umat muslim untuk mengkonsumsi produk yang halal					
8.	Saya berbelanja di shopee dengan membeli produk yang halal.					
9.	Saya berbelanja di shopee sesuai dengan aturan agama					
10.	Barang yang dibeli di shopee akan halal apabila akadnya dilakukan dengan benar.					

E. Kontrol Diri

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya enggan membeli produk di shopee yang sedang diminati banyak orang karena saya tidak takut ketinggalan <i>trend</i> .					
2.	Saya merasa <i>trend</i> bukanlah segalanya jadi saya tidak harus membeli produk yang sedang <i>trend</i> di <i>shopee</i> .					
3.	Saya tidak memkasakan diri membeli produk yang sedang <i>trend</i> di shopee.					
4.	Saya enggan membeli barang-barang mewah di shopee					
5.	Saya dapat menahan diri untuk tidak berbelanja di shopee					
6.	Saya bisa memutuskan dengan baik produk apa yang harus saya beli di shopee					

F. Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Ketika ada penawaran diskon dan pemberian hadiah (bonus) tertentu pada produk di shopee, saya tertarik					

	membelinya walaupun tidak begitu dibutuhkan.					
2.	Saya tertarik membeli produk di shopee karena kemasannya yang rapi dan menarik.					
3.	Saya suka membeli produk yang membuat saya menjadi lebih keren dan <i>trendy</i> .					
4.	Saya merasa bangga dengan menggunakan produk mahal.					
5.	Saya memiliki produk yang bermerek mencerminkan status sosial saya.					
6.	Saya tertarik membeli produk ketika idola saya/influencer mengungkannya.					
7.	Membeli dan juga menggunakan produk mahal membuat saya lebih percaya diri.					
8.	Saya memiliki barang yang sama dengan merek yang berbeda.					
9.	Saya membeli barang branded di shopee untuk menjaga gengsi.					
10.	Saya membeli produk di shopee karena ada gratis ongkir.					

Lampiran 2 Jawaban Responden

GAYA HIDUP (X1)							
NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL X1
1	5	4	4	4	3	3	23
2	4	4	4	4	3	5	24
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	5	30
6	3	5	4	5	4	4	25
7	5	5	4	4	3	5	26
8	5	4	5	5	4	5	28
9	4	5	5	5	5	5	29
10	5	4	5	4	3	4	25
11	5	4	3	4	3	3	22
12	5	5	4	4	3	4	25
13	5	5	3	5	5	5	28
14	5	5	5	5	5	4	29
15	4	4	4	4	3	2	21
16	4	4	3	4	4	4	23

17	3	3	3	3	3	3	18
18	4	2	5	4	2	5	22
19	5	5	5	5	5	4	29
20	4	4	4	4	3	4	23
21	5	4	4	5	5	5	28
22	5	5	5	5	4	4	28
23	5	4	5	5	5	4	28
24	4	4	4	4	5	4	25
25	5	4	5	5	3	5	27
26	4	4	5	4	3	5	25
27	5	4	5	4	5	5	28
28	5	5	5	5	4	4	28
29	4	4	5	4	4	4	25
30	5	5	5	5	4	5	29
31	5	5	5	5	4	4	28
32	4	4	4	4	4	3	23
33	5	5	5	5	4	5	29
34	5	4	5	5	2	4	25
35	4	4	4	4	4	4	24
36	3	3	3	2	1	4	16
37	5	5	4	5	5	5	29
38	5	5	4	4	5	4	27
39	4	4	4	4	4	5	25
40	5	5	4	4	5	5	28
41	4	5	4	4	4	5	26
42	5	4	5	5	4	5	28
43	5	4	5	5	5	5	29
44	4	4	4	4	5	5	26
45	4	5	4	4	4	3	24
46	3	3	3	3	3	3	18
47	5	4	5	5	4	5	28
48	4	4	4	3	3	4	22
49	5	4	3	4	4	4	24
50	5	4	2	5	3	3	22
51	3	4	4	3	3	4	21
52	4	3	4	4	3	4	22
53	5	2	4	5	2	5	23
54	5	3	5	5	5	3	26
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	3	4	4	3	3	21
57	5	5	5	5	5	4	29
58	5	4	4	5	5	5	28
59	4	5	4	5	2	3	23
60	5	5	5	5	3	5	28
61	4	4	4	5	4	4	25
62	4	5	5	4	3	4	25
63	4	4	4	4	3	3	22
64	3	2	2	3	3	2	15
65	5	5	5	5	3	3	26
66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	4	5	5	5	5	29
68	5	4	4	4	4	5	26
69	4	5	4	4	5	4	26

70	5	4	5	5	3	5	27
71	3	3	3	3	4	2	18
72	5	4	4	4	4	4	25
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	4	5	4	4	4	26
76	3	5	3	2	2	4	19
77	5	5	1	5	2	5	23
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	2	5	23
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	3	3	3	2	4	19
82	5	4	4	4	4	4	25
83	5	5	5	5	4	5	29
84	4	3	3	5	4	4	23
85	4	5	4	4	4	4	25
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	4	5	5	4	5	28
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	5	4	4	5	5	27
90	4	5	4	4	4	4	25
91	5	3	4	4	4	4	24
92	5	5	5	5	4	5	29
93	5	5	4	4	4	5	27
94	5	4	2	4	2	4	21
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	4	4	5	28
97	4	4	5	4	4	5	26
98	4	4	3	4	4	4	23

RELIGIUSITAS											
N O	X 2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL X2
1	5	2	3	1	1	5	5	5	3	2	32
2	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	2	4	4	2	1	4	4	4	4	34
5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	45
6	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43
7	5	3	4	3	3	5	5	5	4	3	40
8	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	46
9	5	4	3	2	3	3	5	5	5	5	40
10	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
11	5	4	3	3	3	5	5	5	4	5	42
12	5	4	4	4	4	1	5	4	5	4	40
13	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	40
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	5	4	4	4	3	5	5	5	3	5	43
16	5	3	3	5	4	5	5	4	5	5	44
17	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
18	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	46

19	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
20	5	4	3	4	4	5	5	5	5	3	43
21	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
22	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
23	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	45
24	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	43
25	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	46
26	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	45
27	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45
28	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	46
29	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
32	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
33	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
34	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	44
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	5	3	1	3	3	5	5	5	3	5	38
37	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
38	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	45
39	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	43
40	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
41	5	4	4	2	4	4	5	5	4	4	41
42	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
43	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
44	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
45	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	44
46	4	2	3	3	2	3	4	4	4	3	32
47	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
48	5	4	3	3	3	5	5	5	4	5	42
49	5	4	3	3	3	5	5	5	4	4	41
50	5	3	4	3	3	5	5	5	4	5	42
51	3	3	4	4	3	5	3	5	4	3	37
52	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	5	5	3	3	3	4	5	5	5	5	43
55	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
56	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	39
57	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
58	5	5	3	4	4	3	5	5	4	3	41
59	5	4	2	3	3	5	5	4	4	5	40
60	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
61	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
62	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5	43
63	5	3	3	3	3	4	5	4	4	5	39
64	5	4	2	2	3	3	3	3	3	3	31
65	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	46
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
68	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
69	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	40
70	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	46
71	5	4	3	3	3	3	5	5	5	4	40

72	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
73	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	44
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	39
76	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	47
77	5	3	3	3	4	5	5	5	4	5	42
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	40
80	5	2	5	2	4	5	5	5	5	5	43
81	5	4	3	3	3	5	5	5	4	5	42
82	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	44
83	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	45
84	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	46
85	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47
86	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
87	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
90	5	4	4	2	2	4	4	4	4	4	37
91	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	45
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
93	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
94	5	4	4	2	2	5	5	4	4	4	39
95	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
96	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	44
97	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
98	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	45

KONTROL DIRI							
NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL X3
1	4	5	5	5	5	4	28
2	3	4	4	3	3	4	21
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	2	4	2	4	4	20
5	3	4	4	4	5	5	25
6	2	2	4	1	5	2	16
7	5	5	5	3	5	5	28
8	5	5	5	4	5	5	29
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	4	5	5	29
11	5	5	5	4	4	5	28
12	4	4	4	2	5	5	24
13	5	5	5	5	3	3	26
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	5	4	4	4	27
16	5	5	5	4	5	5	29
17	4	4	5	4	5	5	27

18	5	5	5	3	5	5	28
19	4	4	5	3	5	5	26
20	3	4	4	4	3	4	22
21	5	5	4	4	4	5	27
22	3	1	1	5	5	5	20
23	4	5	4	3	4	4	24
24	5	4	4	4	4	4	25
25	5	5	5	4	5	3	27
26	3	5	5	3	5	4	25
27	5	4	4	4	4	4	25
28	4	5	4	4	4	5	26
29	3	5	5	5	5	5	28
30	4	5	5	5	5	5	29
31	4	4	5	5	4	5	27
32	4	4	4	3	4	4	23
33	4	5	5	5	4	4	27
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	5	5	5	5	5	5	30
37	4	5	5	4	5	5	28
38	4	5	4	4	4	5	26
39	4	4	4	5	4	4	25
40	5	5	4	5	4	4	27
41	5	4	4	4	4	5	26
42	4	5	5	5	4	4	27
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	5	5	5	5	5	29
45	3	5	5	3	5	4	25
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	5	5	4	4	4	26
48	5	5	5	5	5	5	30
49	3	4	4	3	4	3	21
50	4	4	5	5	5	4	27
51	4	3	3	3	5	3	21
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	5	3	5	4	27
55	3	3	4	3	4	4	21
56	4	4	4	4	3	4	23
57	3	3	3	3	3	3	18
58	5	5	5	5	5	5	30
59	3	4	3	4	4	4	22
60	4	4	4	4	3	5	24

61	4	4	4	5	5	4	26
62	5	4	4	4	4	4	25
63	4	4	4	4	3	4	23
64	5	5	5	5	5	5	30
65	3	3	3	3	3	4	19
66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	5	5	4	4	4	27
69	4	4	4	3	4	3	22
70	5	5	5	5	3	3	26
71	3	4	4	4	4	5	24
72	4	4	2	4	2	4	20
73	5	5	5	5	4	5	29
74	5	5	5	4	4	5	28
75	2	4	4	2	3	4	19
76	5	5	5	5	4	5	29
77	5	5	5	5	5	3	28
78	4	4	4	4	3	4	23
79	5	5	4	4	5	5	28
80	4	5	5	2	4	5	25
81	1	5	1	5	5	5	22
82	5	4	4	4	4	4	25
83	4	4	4	5	4	5	26
84	3	3	4	3	3	3	19
85	5	5	5	5	5	5	30
86	4	4	4	4	5	5	26
87	4	5	5	5	5	1	25
88	4	5	5	5	5	5	29
89	4	5	4	4	4	5	26
90	5	4	4	2	4	4	23
91	4	4	4	3	4	4	23
92	5	5	5	5	5	5	30
93	2	4	5	5	4	5	25
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	5	4	5	4	4	26
96	5	4	4	4	5	5	27
97	4	4	4	4	5	5	26
98	4	5	5	4	5	5	28

PERILAKU KONSUMTIF											
NO	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	TOTAL Y
1	3	1	3	3	2	1	3	2	3	5	26

2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	2	4	2	2	4	2	4	32
5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	5	31
6	5	1	5	5	4	3	4	5	5	4	41
7	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	27
8	2	2	4	3	2	2	4	4	2	5	30
9	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
10	3	3	3	5	5	1	3	1	1	5	30
11	2	3	3	3	3	4	3	3	2	5	31
12	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	30
13	1	3	3	1	1	1	1	5	1	5	22
14	2	3	3	2	2	2	3	2	1	3	23
15	4	4	2	2	1	2	1	4	1	4	25
16	3	2	3	1	1	1	1	1	1	3	17
17	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	30
18	1	2	2	4	3	1	4	2	3	5	27
19	1	5	5	1	1	4	1	1	1	5	25
20	3	2	3	4	2	2	3	3	2	4	28
21	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
22	2	5	2	2	1	1	3	2	1	2	21
23	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
24	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
25	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	34
26	3	3	4	3	3	3	2	2	1	5	29
27	4	4	5	5	5	5	5	5	1	5	44
28	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	48
29	3	4	4	3	2	2	3	4	2	4	31
30	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
31	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	46
32	3	3	4	5	3	3	3	2	2	3	31
33	3	3	3	3	1	2	1	3	1	5	25
34	4	2	4	4	4	4	4	5	2	4	37
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	1	2	2	1	1	2	3	3	2	3	20
37	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
39	5	4	4	4	2	2	4	4	2	4	35
40	4	4	5	4	4	4	5	4	2	4	40
41	2	4	4	2	4	4	2	4	2	5	33
42	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
43	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	40
44	5	5	3	3	3	3	3	5	2	5	37
45	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	35
46	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
47	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	39
48	3	3	3	3	3	3	4	2	1	4	29
49	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4	30
50	2	2	3	1	1	2	2	4	2	4	23
51	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	34
52	3	3	3	2	2	2	3	4	2	3	27
53	1	1	3	3	1	3	4	4	1	5	26
54	3	4	3	2	2	2	2	4	2	3	27

55	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	35
56	4	3	3	2	1	3	2	4	1	3	26
57	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
58	2	3	2	4	3	1	5	1	1	5	27
59	2	2	3	2	2	2	2	4	2	4	25
60	3	4	4	4	2	3	1	4	1	5	31
61	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
62	4	3	3	4	3	3	3	3	3	5	34
63	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	32
64	2	2	1	1	1	2	1	3	1	1	15
65	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	34
66	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	24
67	2	2	1	1	2	1	2	2	2	5	20
68	3	4	3	2	3	2	2	2	1	5	27
69	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	36
70	3	3	3	4	4	3	3	3	2	5	33
71	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	22
72	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	2	4	4	4	4	4	4	4	2	5	37
75	4	4	3	2	4	4	3	3	3	4	34
76	2	2	5	1	1	2	1	2	1	3	20
77	1	1	1	4	5	5	5	1	4	5	32
78	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
79	2	2	3	2	2	2	2	2	2	5	24
80	5	5	5	2	4	4	4	4	2	4	39
81	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	14
82	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	45
83	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43
84	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	29
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
86	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
87	5	5	2	4	4	4	4	1	1	5	35
88	1	2	2	2	4	4	4	4	4	4	31
89	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	43
90	2	2	4	4	4	2	5	4	4	2	33
91	3	3	4	3	2	3	3	4	2	4	31
92	5	5	5	5	2	5	5	5	1	5	43
93	1	2	4	2	2	1	2	1	2	4	21
94	2	2	2	2	2	2	2	4	2	5	25
95	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
96	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
97	2	4	4	2	2	2	2	4	2	5	29
98	3	4	3	3	2	3	3	3	1	4	29

Lampiran 3 Hasil Output SPSS Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Gaya Hidup	98	15	30	25.22	3.295
Religiusitas	98	31	50	43.39	3.924
Kontrol Diri	98	16	30	25.55	3.166
Perilaku Konsumtif	98	14	50	33.00	8.443
Valid N (listwise)	98				

Lampiran 4 Hasil Output SPSS Statistik Uji Validitas

A. Gaya Hidup

		Correlations						Gaya Hidup
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
X1.1	Pearson Correlation	1	.359**	.413**	.696**	.329**	.426**	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.2	Pearson Correlation	.359**	1	.308**	.379**	.389**	.323**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000	.001	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.3	Pearson Correlation	.413**	.308**	1	.485**	.389**	.398**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.4	Pearson Correlation	.696**	.379**	.485**	1	.430**	.389**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.5	Pearson Correlation	.329**	.389**	.389**	.430**	1	.282**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.005	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98

X1.6	Pearson Correlation	.426**	.323**	.398**	.389**	.282**	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.005		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Gaya Hidup	Pearson Correlation	.727**	.648**	.717**	.776**	.702**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98

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

B. Religiusitas

		Correlations										Religiusitas
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
X2.1	Pearson Correlation	1	0.135	-0.093	-0.148	0.006	0.135	.434**	.246*	0.125	.279*	.263**
	Sig. (2-tailed)		0.184	0.363	0.145	0.950	0.187	0.000	0.015	0.220	0.005	0.009
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.2	Pearson Correlation	0.135	1	0.161	.517**	.529**	0.198	0.081	0.140	.383**	.352**	.648**
	Sig. (2-tailed)	0.184		0.114	0.000	0.000	0.050	0.427	0.168	0.000	0.000	0.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.3	Pearson Correlation	-0.093	0.161	1	.352**	.459**	0.096	-0.052	0.097	.324*	0.168	.511**
	Sig. (2-tailed)	0.363	0.114		0.000	0.000	0.347	0.614	0.343	0.001	0.099	0.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.4	Pearson Correlation	-0.148	.517**	.352**	1	.690**	0.114	-0.031	0.063	.372**	.270*	.655**
	Sig. (2-tailed)	0.145	0.000	0.000		0.000	0.265	0.761	0.540	0.000	0.007	0.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.5	Pearson Correlation	0.006	.529**	.459**	.690**	1	.203*	0.022	0.144	.401**	.334**	.747**
	Sig. (2-tailed)	0.950	0.000	0.000	0.000		0.045	0.831	0.158	0.000	0.001	0.000

	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.6	Pearson Correlation	0.135	0.198	0.096	0.114	.203*	1	.340**	.356**	0.149	.367**	.517**
	Sig. (2-tailed)	0.187	0.050	0.347	0.265	0.045		0.001	0.000	0.142	0.000	0.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.7	Pearson Correlation	.434**	0.081	-0.052	-0.031	0.022	.340**	1	.524**	.285**	.322**	.413**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.427	0.614	0.761	0.831	0.001		0.000	0.004	0.001	0.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.8	Pearson Correlation	.246*	0.140	0.097	0.063	0.144	.356**	.524**	1	.323**	.334**	.501**
	Sig. (2-tailed)	0.015	0.168	0.343	0.540	0.158	0.000	0.000		0.001	0.001	0.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.9	Pearson Correlation	0.125	.383**	.324*	.372**	.401**	0.149	.285**	.323**	1	.458**	.660**
	Sig. (2-tailed)	0.220	0.000	0.001	0.000	0.000	0.142	0.004	0.001		0.000	0.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.10	Pearson Correlation	.279**	.352**	0.168	.270**	.334**	.367**	.322**	.334**	.458**	1	.663**
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.000	0.099	0.007	0.001	0.000	0.001	0.001	0.000		0.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Religiusitas	Pearson Correlation	.263**	.648**	.511**	.655**	.747**	.517**	.413**	.501**	.660**	.663**	1
	Sig. (2-tailed)	0.009	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

**

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

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

C. Kontrol Diri

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Kontrol Diri
X3.1 Pearson Correlation	1	.467**	.495**	.300**	.200*	.209*	.687**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.049	.039	.000
N	98	98	98	98	98	98	98
X3.2 Pearson Correlation	.467**	1	.627**	.436**	.275**	.299**	.784**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.006	.003	.000
N	98	98	98	98	98	98	98
X3.3 Pearson Correlation	.495**	.627**	1	.211*	.344**	.145	.708**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.037	.001	.155	.000
N	98	98	98	98	98	98	98
X3.4 Pearson Correlation	.300**	.436**	.211*	1	.202*	.274**	.638**

	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.037		.046	.006	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X3.5	Pearson Correlation	.200*	.275**	.344**	.202*	1	.319**	.569**
	Sig. (2-tailed)	.049	.006	.001	.046		.001	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X3.6	Pearson Correlation	.209*	.299**	.145	.274**	.319**	1	.560**
	Sig. (2-tailed)	.039	.003	.155	.006	.001		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Kontrol Diri	Pearson Correlation	.687**	.784**	.708**	.638**	.569**	.560**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98

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

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

D. Perilaku Konsumtif

Correlations

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Perilaku
--	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------	----------

Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.799*	.660*	.721*	.814*	.824*	.819*	.786*	.639*	.758**	.435**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

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

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

Lampiran 5 Hasil Output SPSS Statistik Uji Reliabilitas

A. Gaya Hidup

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	98	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	98	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	6

B. Religiusitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	98	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	98	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	10

C. Kontrol Diri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	98	100.0
	Excluded ^a	0	.0

Total	98	100.0
-------	----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	6

D. Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	98	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	98	100.0

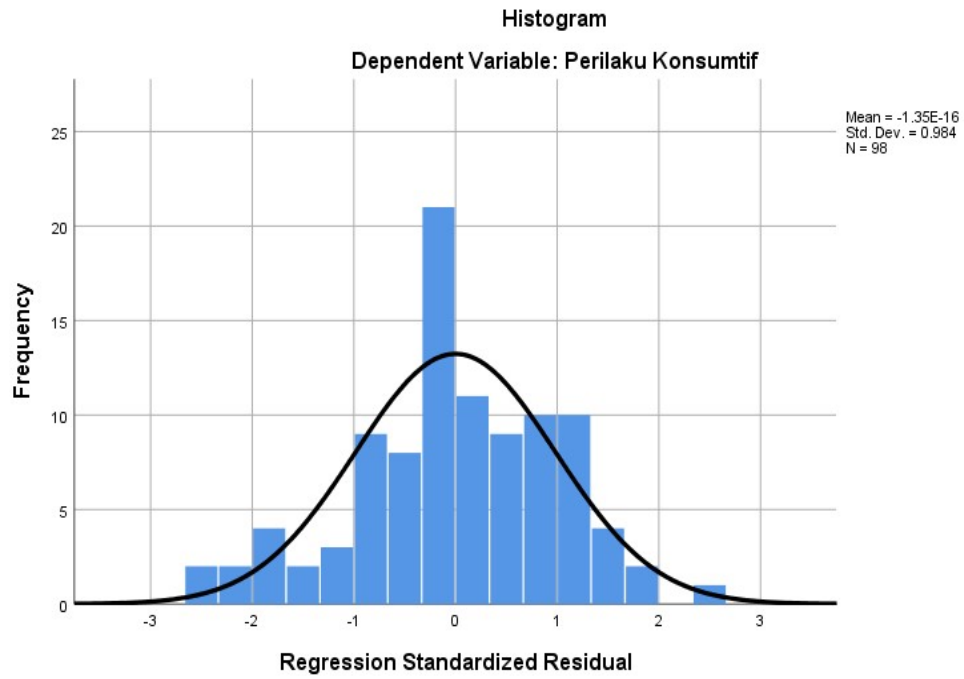
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

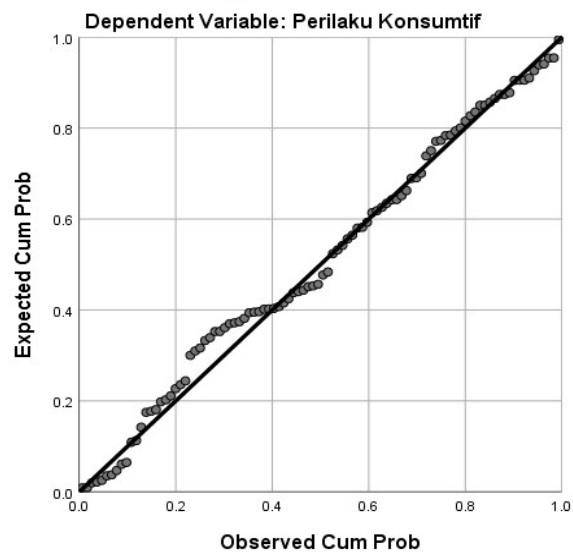
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	10

Lampiran 6 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.10639934
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.044
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

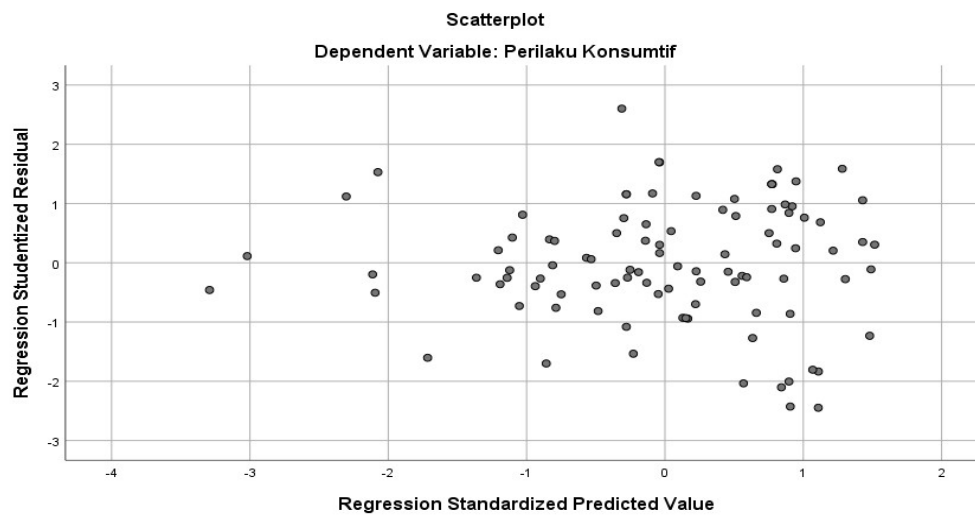
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

B. Uji Heterokedastisitas



Correlations

			Gaya Hidup	Religiusitas	Kontrol Diri	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Gaya Hidup	Correlation Coefficient	1.000	.512**	0.144	0.070
		Sig. (2-tailed)		0.000	0.157	0.496

		N	98	98	98	98
	Religiusitas	Correlation Coefficient	.512**	1.000	.272**	0.048
		Sig. (2-tailed)	0.000		0.007	0.636
		N	98	98	98	98
	Kontrol Diri	Correlation Coefficient	0.144	.272**	1.000	-0.008
		Sig. (2-tailed)	0.157	0.007		0.940
		N	98	98	98	98
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	0.070	0.048	-0.008	1.000
		Sig. (2-tailed)	0.496	0.636	0.940	
		N	98	98	98	98

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

C. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Beta	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.716	9.388	0.502	0.617			
	Gaya Hidup	1.393	0.263	0.544	5.307	0.000	0.718	1.392
	Religiusitas	-0.022	0.225	-0.010	-0.097	0.923	0.690	1.449
	Kontrol Diri	-0.232	0.237	-0.087	-0.977	0.331	0.954	1.044

							8
--	--	--	--	--	--	--	---

a.
Dependent
Variable:
Perilaku
Konsumtif

Lampiran 7 Hasil Output SPSS Uji Hipotesis

A. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540 ^a	.291	.269	7.219

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Gaya Hidup, Religiusitas

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

B. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2015.412	3	671.804	12.891	.000 ^b
	Residual	4898.588	94	52.113		
	Total	6914.000	97			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Gaya Hidup, Religiusitas

C. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VI F
1	(Constant)	4.716	9.388		.502	.617		

Gaya Hidup	1.393	.263	.544	5.307	.000	.718	1.392
Religiusitas	-.022	.225	-.010	-.097	.923	.690	1.449
Kontrol Diri	-.232	.237	-.087	-.977	.331	.954	1.048

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap : Rostika
Tempat/Tgl Lahir : Brebes, 04 September 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Desa Buara, Kec. Ketanggungan, Kab. Brebes,
Provinsi Jawa Tengah.

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

PENDIDIKAN FORMAL

2007-2013 : SDN BUARA 05
2013-2016 : MTs AL-Hikmah 1 Benda
2016-2019 : MAN 3 Cirebon
2019-2023 : UIN Walisongo Semarang