

**Pengaruh Fomo, Gaya Hidup Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FakultasEknomi  
dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

**Aulia Zahra<sup>1</sup>, Umi Khairani<sup>2</sup>, Dini Lestari<sup>3</sup>**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Korespondensi Penulis:

<sup>1</sup>auliaza111@gmail.com, <sup>2</sup>umikhairani02@gmail.com, <sup>3</sup>Dinilestarihasibuan@gmail.com

***Abstract***

*The existence of humans living in metropolitan areas is a peculiarity that encourages humans to pursue the latest directions that can trigger inappropriate behavior in humans. The research aims to determine how much significant influence lifestyle has on consumer behavior in the Management study program, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University of North Sumatra. In this study, the sample used was students at the Faculty of Islamic Economics and Business, majoring in management, Islamic economics, Islamic accounting, Islamic banking, Islamic insurance, State Islamic University of North Sumatra, with a target of a maximum of 115 respondents.*

*This type of research is quantitative research. This research method is a correlation method. This research was designed to determine the relationship between the variables studied, so this research is called correlational research, to obtain the overall data in this study, the researchers used data collection techniques with questionnaires and documentation. In this study there are two variables to be examined, namely the variable (X) Lifestyle which is the independent variable and the variable (Y) Student Consumptive Behavior which is the dependent variable.  $< 0.356 > 0.2393$  so there is a significant influence between lifestyle on consumptive behavior of students at the Islamic Faculty of Economics and Business, State Islamic University of North Sumatra. This is because  $r$  count (0.356) is greater than  $r$  table at a significant level of 5% and 1% thus  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, which means that lifestyle has a significant effect on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University of North Sumatra. The magnitude of the influence of student consumptive behavior at the Islamic Faculty of Economics and Business, State Islamic University of North Sumatra is 12.7%, while the remaining 87.3% is influenced by other variables not included in this study.*

**Keywords :** *Fomo, Lifestyle, Consumptive Behavior.*

## Abstrak

Keberadaan manusia yang tinggal di wilayah metropolitan merupakan suatu kekhasan yang mendorong manusia untuk mengejar arah-arah terkini yang dapat memicu perilaku yang tidak wajar pada manusia. Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumen di program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Dalam penelitian ini Sampel yang digunakan yaitu mahasiswa yang berada di fakultas ekonomi dan bisnis islam jurusan manajemen, ekonomi syariah, akuntansi syariah, perbankan syariah, asuransi syariah universitas islam negeri sumatera utara dengan target responden maksimal 115 orang. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini adalah metode korelasional. Penelitian ini dirancang untuk menentukan hubungan variable yang diteliti, maka penelitian ini disebut dengan penelitian korelasional, memperoleh data secara keseluruhan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan angket dan dokumentasi. Dalam penelitian ini terdapat dua variable yang akan diteliti, yaitu variable (X) Gaya Hidup yang merupakan variable bebas dan variable (Y) Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang merupakan variable terikat. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan hasil akhir menunjukkan ( $0,1832 < 0,356 > 0,2393$ ) maka terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Hal ini dikarenakan r hitung (0,356) lebih besar daripada r tabel pada taraf signifikan 5% maupun 1% dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang berarti gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Besarnya pengaruh perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara adalah sebesar 12,7%, sedangkan sisanya sebesar 87,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** Fomo, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif.

## PENDAHULUAN

Keberadaan manusia yang tinggal di wilayah metropolitan merupakan suatu kekhasan yang mendorong manusia untuk mengejar arah-arah terkini yang dapat memicu perilaku yang tidak wajar pada manusia. Keanehan ini menarik untuk dipelajari mengingat cara berperilaku boros itu juga memengaruhi kehidupan banyak generasi muda, terutama mahasiswa. Cara berperilaku boros adalah perilaku di mana keinginan untuk membeli produk yang kurang penting untuk memenuhi kepuasan individu muncul. Seperti yang mungkin kita ketahui, seseorang membeli pekerjaan dan barang yang berbeda untuk digunakan. Dalam pengertian keuangan, pemanfaatan dapat diartikan sebagai pemanfaatan tenaga kerja dan produk untuk memenuhi kebutuhan manusia. Untuk

memulainya, kita harus mengetahui pentingnya perilaku pelanggan terlebih dahulu, ada banyak arti perilaku pembeli yang dikemukakan oleh para ahli, salah satunya dicirikan oleh Engel dan kawan-kawan yang mengatakan perilaku pembeli dicirikan sebagai aktivitas langsung dalam memperoleh, mengkonsumsi dan membelanjakan barang dan administrasi, termasuk siklus pilihan yang terjadi sebelum aktivitas. Selain itu, perilaku pembeli sangat tegas dalam siklus dinamis mulai dari tahap pengenalan masalah, tepatnya sebagai tekanan yang bergerak untuk mengatasi dan memenuhimasalah mereka.

Satu lapisan dalam latihan pemanfaatan adalah mahasiswa. Dalam melakukan kegiatan pemanfaatan, mahasiswa akan dihadapkan pada berbagai macam keputusan karena setiap mahasiswa memiliki pola pemanfaatan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Perilaku pembeli mengacu pada cara berperilaku yang ditampilkan oleh pelanggan dalam mencari, membeli, memanfaatkan dan membuang tenaga kerja dan produk yang mereka harapkan akan memenuhi kebutuhan mereka dan tahap-tahap yang dilakukan pembeli untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, yaitu mempersepsikan kebutuhan secara spesifik. , mencari data sebelum membeli. , lakukan pembelian dan penilaian pasca-pembelian langsung.

Saat ini, anak-anak muda khususnya mahasiswa membutuhkan keadaan mereka saat ini untuk mengenali realitas mereka, mereka melakukan berbagai cara untuk mencoba menjadi penting bagi iklim tersebut. Persyaratan setiap orang adalah unik dan tidak setara dengan yang lain dan siswa perlu menunjukkan diri bahwa mereka dapat mengikuti gaya yang sedang berlangsung Terlepas dari kenyataan bahwa model yang sebenarnya terus berubah, sehingga remaja selamanya tidak puas dengan apa yang mereka miliki yang dapat membuat mereka mengkonsumsi tenaga dan produk tanpa memikirkan pembelian, Hal ini membuat perilaku konsumtif ini terus memantapkan jalan hidup sekelompok mahasiswa, hidup yang konsumtif adalah remaja dan mahasiswa, Hal ini terkait dengan ciri-ciri mahasiswa yang mudah percaya dengan hal-hal yang menyenangkan, bergabung dengan teman, dan cenderung tidak efisien dalam menggunakan uang.

Cara berperilaku yang tidak wajar dapat diartikan sebagai demonstrasi membeli barang dagangan bukan untuk mengatasi masalah melainkan untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menyebabkan pemborosan.

Cara berperilaku yang tidak bersahaja ini dapat terus tertanam dalam cara hidup siswa, cara hidup yang boros adalah cara berperilaku yang umum, dimana perilaku ini menghabiskan tenaga dan produk secara tidak perlu, yang menitikberatkan pada keinginan secara eksklusif di atas kebutuhan dengan tidak memanfaatkan skala kebutuhan. Cara berperilaku yang tidak bersahaja ini juga dapat disebut sebagai kehidupan yang kaya yang kemudian mempengaruhi perkembangan mentalitas atau perilaku orang-orang yang kecewa dengan apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Cara hidup boros adalah cara hidup di mana individu hanya berubah menjadi pembeli dengan membakar uang tunai alih-alih mengirimkan barang sendiri.

Pembeli yang memiliki gaya hidup yang sama akan mengelompokkan diri menjadi satu kelompok karena kecenderungan mereka dalam memanfaatkan waktu rekreasi dan menghabiskan uang. Peristiwa perubahan gaya hidup dari satu zaman ke zaman lain karena perubahan sosial di mata masyarakat dan iklim keuangan yang berubah. Seperti yang diungkapkan Neneng Kokom Koamriah dan kawan-kawan bahwa dampak gaya hidup dewasa muda terhadap perilaku kemerosotan di mata publik sangat penting melalui konsekuensi pemeriksaan yang terukur. Dalam tinjauan eksplorasi yang dipimpin Prasetyo, cara hidup memiliki hubungan yang positif dan berdampak pada pilihan pembelian.

Pilihan ideal tercermin dari prospek bahwa tenaga kerja dan produk dibeli dan ditentukan secara wajar, sesuai kebutuhan, biaya sesuai kapasitas dan sesuai tindakan. Ditinjau dari persepsi para analis, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara belum memiliki pilihan dalam mengelola atau mengelola dananya, belum berhati-hati dalam memilih kebutuhan, umumnya akan membeli mengingat keinginan mereka sendiri, bukan karena kebutuhan. Pelajar sebagai pembelanja memilih untuk menggunakan uang tunai untuk membeli dan menggunakan sesuatu atau administrasi yang tidak diperlukan oleh pemikiran bahwa tenaga kerja dan produk yang dibeli dapat mengatasi masalah mereka, apalagi sekarang belanja sangat dimudahkan dengan adanya web dan toko online sehingga seseorang tidak perlu keluar rumah untuk membangun toko untuk mencari barang yang dibutuhkannya dengan berbelanja online. Mengingat informasi yang penulis peroleh dari Fakultas Ekonomi, penulis esai benar-benar melacak efek samping yang menyertainya:

1. Masih banyak mahasiswa yang membeli tenaga kerja dan produk berdasarkan kebutuhan, bukan kebutuhan.
2. Masih banyak mahasiswa yang kurang memperhatikan manfaat, kegunaan, bahaya daritenaga kerja dan produk yang dibeli.
3. Masih banyak siswa yang hanya membeli barang untuk mencoba barang baru.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul: ” **Pengaruh Fomo, Gaya Hidup Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

## LANDASAN TEORI

### Fomo

FOMO atau Fear Of Missing Out adalah rasa takut merasa “tertinggal” karena tidak mengikuti aktivitas tertentu. Sebuah perasaan cemas dan takut yang timbul di dalam diri seseorang akibat ketinggalan sesuatu yang baru, seperti berita, tren, dan hal lainnya. Rasa takut ketinggalan ini mengacu pada perasaan atau persepsi bahwa orang lain bersenang-senang, menjalani kehidupan yang lebih baik, atau mengalami hal-hal yang lebih baik.

Salah satu penyebab FOMO yaitu penggunaan media sosial. Berkembangnya teknologi saat ini menjadikan kita dapat dengan mudah menerima jutaan informasi di luar sana, contohnya melalui Instagram. Aplikasi yang sedang digemari dan memiliki banyak pengguna di seluruh dunia ini mempunyai fitur-fitur yang mendukung untuk update video/foto, seperti fitur instastory yang penuh dengan postingan rutinitas para pengguna. Dari sinilah, kita sebagai viewer, dapat memicu munculnya perasaan cemas lalu membandingkan kehidupan kita dengan orang lain yang terlihat lebih menyenangkan atau bahagia.

Seperti yang dilansir VeryWellMind, perasaan FOMO ini dapat terjadi pada semua gender dan umur. Seseorang yang mengalami FOMO memiliki tingkat kepuasan hidup yang lebih rendah karena terus membandingkan hidupnya dengan orang lain. Kemudian timbul pertanyaan apakah kita termasuk yang mengalami perasaan FOMO? Kenali gejala-gejala berikut yang mungkin muncul.

- 1) mengecek *gadget*. Kebiasaan memegang gadget seakan sudah tidak bisa dihilangkan. Seseorang yang mengalami FOMO akan selalu mengecek ponsel tepat ketika bangun tidur bahkan sebelum tidur seakan tidak mau ketinggalan berita apapun.
- 2) Lebih peduli dengan media sosial daripada kehidupan nyata akibatnya muncul keinginan untuk diakui orang lain di dunia maya.
- 3) Selalu ingin tahu kehidupan orang lain.
- 4) Selalu ingin tahu gosip terbaru.
- 5) Mengeluarkan uang melebihi kemampuan dan membeli hal yang sebenarnya tidak penting dengan dalih agar tidak ketinggalan zaman
- 6) Mengatakan “ya” bahkan disaat sedang tidak ingin. Hal ini sering terjadi ketika seseorang tidak ingin ketinggalan apapun sehingga selalu menerima setiap ajakan yang sebenarnya tidak menarik atau tidak perlu.
- 7)

Perasaan FOMO yang dibiarkan dapat memicu munculnya hal negatif seperti kelelahan, stress, depresi, bahkan masalah tidur. Perasaan ini mempengaruhi ketidakpuasan seseorang pada hidup mereka dan merasa apa yang telah dilakukan atau dimiliki seakan tidak pernah cukup. Selain itu dapat memicu munculnya masalah finansial seperti yang disebutkan pada gejala diatas, seseorang rela.

### Gaya Hidup

Gaya hidup disinggung sebagai gaya hidup dimana seseorang menginvestasikan energinya. Gagasan tentang gaya hidup dan karakter sering kali dibandingkan, namun sejujurnya keduanya unik. Cara hidup lebih menunjukkan kepada orang tunggal bagaimana dia menjalani hidup, bagaimana membelanjakan uangnya dan bagaimana memanfaatkan waktunya. Terlepas dari kenyataan bahwa idenya unik, cara hidup dan karakter saling terkait. Karakter melambangkan atribut batin pembeli, cara hidup menggambarkan penampilan luar dari kualitas-kualitas ini, khususnya cara berperilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan.

Menurut Kotler, gaya hidup adalah contoh hidup seseorang di dunia ini sebagaimana dikomunikasikan dalam kegiatan, minat, dan anggapan mereka. Cara hidup menggambarkan “keseluruhan individu” dalam hubungannya dengan iklim. Way of life menggambarkan semua contoh individu dalam bertindak dan bekerja sama di bumi ini.

Gaya hidup suatu wilayah lokal tidak akan sama dengan jaringan yang berbeda. Hal ini juga terjadi pada mahasiswa, cara hidup seorang mahasiswa akan berbeda dengan mahasiswa lainnya. Demikian pula, sesekali Gaya hidup seseorang atau kelompok tertentu akan bergerak dengan kuat. Namun, gaya hidup tidak berubah dengan cepat, sehingga pada waktu tertentu, gaya hidup umumnya bertahan lama. Gaya hidup seseorang juga dapat ditemukan dalam apa yang dia sukai tanpa henti.

Kasali juga mengungkapkan bahwa gaya hidup pada dasarnya adalah cara seseorang menginvestasikan waktu dan uangnya. Lebih lanjut Supranto mengatakan bahwa cara hidup menunjukkan bagaimana individu hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang mereka, bagaimana mereka mengatur waktu mereka.

Dari beberapa definisi di atas dapat diartikan bahwa gaya hidup adalah dimana seseorang dapat memanfaatkan dan membelanjakan uangnya.

### **a. Indikator dan Pengukuran Gaya Hidup**

Dalam indikator Gaya Hidup seseorang antara lain :

#### *1) Kegiatan (Activity)*

Kegiatan dengan pertanyaan tentang apa yang dilakukan orang, barang apa yang mereka beli atau gunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan di waktu senggang, dan kegiatan lainnya. Tindakan biasanya dapat dikenali.

#### *2) Minat (Interest)*

Ketertarikan dikaitkan dengan preferensi, kegiatan waktu luang, dan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari seseorang, minat juga dikaitkan dengan hal-hal tertentu, peristiwa atau subjek yang menjadi perhatian khusus atau berkelanjutan bagi seseorang, menjadi titik fokus perhatian.

#### *3) Opini (Opinion)*

Opini adalah perspektif dan sensasi individu dalam menjawab isu-isu tertentu. Penilaian digunakan untuk menggambarkan ketegangan, asumsi, dan penilaian, misalnya, keyakinan tentang tujuan orang lain, ekspektasi sehubungan dengan kejadian di masa depan, dan mengukur hasil yang memuaskan atau menolak dari pendekatan pilihan.

### **b. Jenis Gaya Hidup**

Gaya hidup konsumen terdiri dari beberapa jenis, yaitu :

#### *1) Gaya hidup mandiri*

Gaya hidup mandiri merupakan salah satu fenomena yang populer dalam kehidupan perkotaan. Gaya hidup ini biasanya pembelanja dengan tingkat pendidikan yang memadai dengan bantuan keuangan yang memadai. Tipe pembelanja ini biasanya lebih menyukai barang yang menggambarkan kemandiriannya sebagai pribadi di tengah masyarakat.

#### *2) Gaya Hidup Modern*

Di zaman yang serba canggih dan pragmatis ini serta tidak ketinggalan inovasi, banyak konsumen yang berlomba-lomba ingin menjadi yang paling hebat



dalam memahami inovasi dan terkomputerisasi, gaya hidup ini adalah istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan gaya hidup konsumen masa kini. di mana dalam hidup mereka akan memanfaatkan inovasi secara lebih teratur. Terlebih lagi, data yang terkomputerisasi, konsumen seperti ini tidak akan khawatir dengan inovasi baru dan biaya bukanlah pertimbangan yang signifikan untuk memenuhi persyaratan dan kebutuhan ini.

3) Gaya hidup sehat

Keputusan dasar sangat cocok untuk dijalankan. Hiduplah dengan pola makan yang sehat, pertimbangan, kebiasaan dan iklim. Sehat dalam arti kata semua yang dicapai memberikan hasil yang positif dan baik.

4) Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah salah satu cara hidup dinamis untuk mencari kesenangan hidup, misalnya lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah bermain lebih banyak, suka membeli barang mahal yang dia sukai, dan selalu perlu menjadi pusat perhatian. Pembeli dengan gaya hidup seperti ini telah menjadi semacam trend baru di kalangan anak muda, khususnya pelajar.

5) Gaya Hidup Hemat

Konsumen dengan gaya hidup hemat adalah pembeli yang dapat memikirkan administrasi keuangan mereka.

### c. Gaya Hidup Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan gaya hidup, itu bisa sangat baik dipisahkan menjadi dua, khususnya cara hidup Islami dan cara hidup jahili. Pandangan hidup Islam memiliki landasan yang tegas dan kokoh, yaitu Tauhid. Sehubungan dengan cara hidup jahili, premisnya relatif dan halus, khususnya Syirik. Setiap muslim telah menjadi kebutuhan baginya untuk memilih cara hidup Islami dalam menjalani hidupnya.

Berikut ini adalah sebagian dari standar dasar gaya hidup Islami :

1) Berniat untuk ibadah

Dalam menjalani kehidupan di dunia ini, baik dalam urusan modern maupun konvensional, semua itu harus dilandasi dengan niat yang indah kepada Allah.

---

2) Baik dan pantas

Semua cara dalam kehidupan di dunia ini, harus berlandaskan pada dasar yang baik dan pantas, yang artinya harus sesuai syariat, akal sehat, serta adat istiadat.

3) Halal dan Thayyib

Semua yang digunakan untuk membantu kehidupan harus halal sesuai aturan Islam, dan thayyib atau tidak akan membuat kerusakan atau menyakiti orang lain. Tanpa kebohongan (amanah) Hidup dalam Islam benar-benar dilarang, semua individu harus memiliki kepercayaan sebagai alasan utama untuk melakukan kehidupan di bumi ini.

### **Perilaku Konsumtif**

Konsumtif yang mengandung pengertian mengkonsumsi, memanfaatkan, membelanjakan sesuatu yang berlaku mewah bagi orang yang mengkonsumsi tenaga kerja dan produk secara melimpah. Cara berperilaku boros adalah cara berperilaku atau cara hidup orang yang suka menghabiskan uangnya tanpa berpikir matang. Sedangkan menurut Setiaji dalam Commercialization (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang ekstrim dan memiliki pertimbangan yang matang dalam membeli suatu barang.

Menurut definisi dan penjelasan di atas, perbuatan ini harus di jauhi, mengapa demikian?

Karena memiliki beberapa kendala, khususnya:

- 1) Biaya pengeluaran uang yang membengkak, padahal hanya untuk hal-hal yang tidak penting.
- 2) Rasa ingin belanja yang sulit dikendalikan
- 3) Cara berperilaku yang tidak efisien dan rakus yang mulai muncul dan sulit dikendalikan Mengurangi kesempatan menabung.
- 4) Adanya kecemburuan sosial karena melihat cara hidup dan barang dagangan yang dimiliki orang lain, menimbulkan keinginan untuk meniru dan mendapatkannya.
- 5) Mengurangi potensi kesempatan untuk menabung.
- 6) Umumnya tidak akan bisa bersiap-siap

#### **a. Indikator Perilaku Konsumif**

- 1) Membeli suatu barang karena proposisi luar biasa. Pembeli membeli sesuatu
-

berdasarkan proposisi yang luar biasa saat membeli barang tersebut.

- 2) Membeli barang karena penampilannya yang memikat. Konsumen sangat mudah untuk membeli suatu barang karena tampilannya yang menarik. Artinya, inspirasi untuk membeli barang tersebut hanya karena keberadaan barang tersebut menarik.
- 3) Membeli barang untuk mengimbangi penampilan dan kemuliaan diri. Pelanggan sangat ingin membeli, karena biasanya wanita dewasa awal memiliki kualitas dalam berbusana, merias wajah, potongan rambut, dll sehingga pada umumnya terlihat bagus.
- 4) Memanfaatkan item sebagai hasil dari penyesuaian model dengan model yang dipublikasikan. Pelanggan umumnya akan meniru cara berperilaku orang yang mereka sembah dengan memanfaatkan semua yang dapat dimanfaatkan oleh karakter lembu emas mereka.
- 5) Membeli barang dengan harga tinggi untuk meningkatkan keberanian. Pelanggan sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan pemberitahuan itu dapat membangun keberanian. Dengan membeli barang-barang yang menurut mereka dapat meningkatkan penampilan mereka yang sebenarnya, mereka akan menjadi lebih percaya diri.
- 6) Coba beberapa item yang sebanding. Pembeli akan sering menggunakan produk sejenis tetapi dengan merek yang berbeda dari produk yang baru saja mereka gunakan, meskipun mereka belum menggunakan produk tersebut.
- 7) Membeli barang dengan harga tinggi untuk meningkatkan keberanian. Pelanggan sangat terdorong untuk mencoba produk karena mereka percaya apa yang dikatakan promosi dapat menciptakan kepercayaan diri. Dengan membeli barang-barang yang menurut mereka dapat meningkatkan penampilan mereka yang sebenarnya, mereka akan menjadi lebih percaya diri.
- 8) Coba beberapa item yang sebanding. Pembeli akan sering menggunakan hasil yang sejenis namun dengan merek yang berbeda dari produk yang baru saja mereka gunakan, meskipun mereka belum menggunakan produk tersebut.

## **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

### 1) Faktor Internal

---

Faktor Internal adalah pemenuhan memberi sesuatu dan dipengaruhi oleh inspirasi, kepercayaan diri, persepsi, pengalaman yang berkembang, dan ide diri.

- a) Inspirasi adalah pendorong perilaku seseorang dalam membeli atau menggunakan administrasi.
- b) Kepercayaan diri, hal ini mempengaruhi perilaku pembelian. Individu dengan kepercayaan diri rendah lebih naif daripada individu dengan kepercayaan diri tinggi.
- c) Persepsi. Sebelum membeli barang dagangan, individu akan menyebutkan fakta yang dapat diamati tentang diri mereka sendiri dan juga orang lain tentang suatu barang.
- d) Pengalaman yang berkembang. Pembelian oleh pembeli dikenang karena perkembangan pengalaman yang berkembang. Pengalaman seseorang bersifat persuasif dalam memutuskan barang yang akan dibeli. Karakter, khususnya contoh cara berperilaku seseorang.
- e) Ide diri menggabungkan pemikiran, wawasan, dan perspektif yang dimiliki individu tentang dirinya sendiri

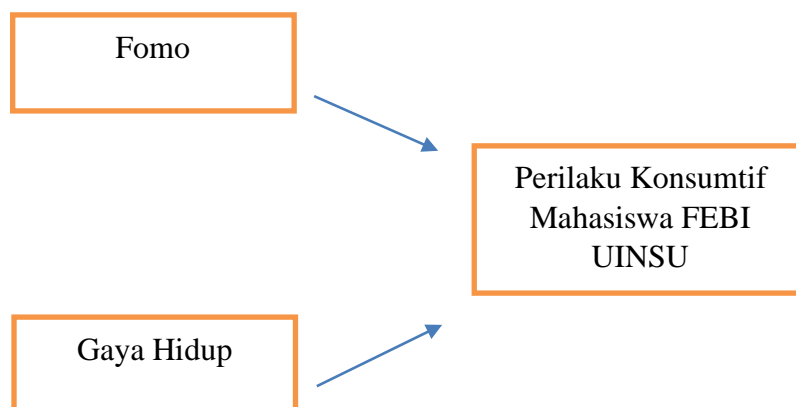
## 2) Faktor Eksternal

Faktor Eksternal dipengaruhi oleh budaya, kelas sosial, pengumpulan referensi, dan keluarga.

- a) Budaya dibuat oleh orang-orang, pengalaman yang berkembang, memiliki aturan atau contoh, penting bagi masyarakat, dan menunjukkan kesamaan tertentu namun ada varietas dan dikoordinasikan secara umum.
- b) Kelas sosial dikelompokkan menjadi tiga, yaitu kelas atas, tengah, dan bawah. Pengelompokan ini tergantung pada kelimpahan, kekuasaan, kehormatan, dan informasi.
- c) Kumpulan referensi dicirikan secara kolektif dari individu yang memengaruhi perspektif, sentimen, standar, dan perilaku pembeli. Pengaruh kelompok referensi antara lain dalam menentukan barang dan merek yang digunakan sesuai dengan tujuan pertemuan.

- d) Keluarga, yaitu unit terkecil dari masyarakat yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan pilihan seseorang untuk membeli produk.

### Kerangka Pemikiran



### Hipotesis

Berdasarkan asumsi yang penulis kemukakan diatas, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Ha: Ada pengaruh signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

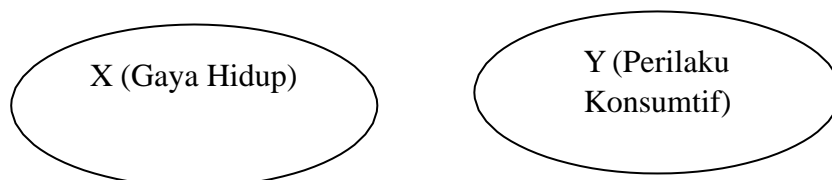
### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Fokusnya adalah penggambaran secara menyeluruh tentang pengaruh Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Metode penelitian ini adalah metode korelasional. Penelitian ini dirancang untuk menentukan hubungan variable yang diteliti, maka penelitian ini disebut dengan penelitian korelasional, metode korelasional adalah penelitian yang menyelidiki ada tidaknya hubungan/korelasi antara dua variable atau lebih. Metode ini

bertujuan untuk meneliti sejauh mana variabel pada suatu faktor berkaitan dengan faktor lainnya. Jadi metode korelasional mencari hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Desain penelitian korelasional pada dasarnya mencari hubungan dua variable, yaitu variable bebas dan terikat. Variable merupakan segala sesuatu yang menjadi objek penelitian. Variable penelitian bisa berupa atribut, nilai atau sikap, peristiwa ataupun gejala yang akan diteliti.



Dalam penelitian ini terdapat dua variable yang akan diteliti, yaitu variable (X) Gaya Hidup yang merupakan variable bebas dan variable (Y) Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang merupakan variable terikat. Variabel bebas adalah variable yang mempengaruhi atau menjadi penyebab munculnya variable terikat. Sedangkan variable terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau akibat dari adanya variable bebas. Koefisien korelasi yang dihasilkan mengidentifikasi derajat hubungan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

### **Waktu dan Tempat**

Penelitian ini dilaksanakan semenjak mata kuliah Metodologi Penelitian. Sedangkan Tempat penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

#### 1) Populasi

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

#### 2) Sampel Penelitian

Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu mahasiswa yang berada di fakultas ekonomi dan bisnis islam jurusan manajemen,ekonomi syariah,akuntansi syariah,perbankan syariah, asuransi syariah universitas islam negeri sumatera utara dengan target responden maksimal 115 orang.

### **Jenis dan Sumber Data**

1) Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu data primer

2) Sumber Data

Instrument yang dilakukan dalam penelitian ini pengumpulan data dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden dan jika kuisisioner belum memenuhi target responden peneliti melakukan tahap wawancara

### **Defenisi Operasional Variabel**

Variabel ialah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipela jari dan ditarik kesimpulannya. Operasionalisasi variabel merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Penelitian ini memiliki variabel independent dan variabel dependen. Menurut (Sugiyono, 2019: 69) variabel independent (bebas), adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sementara itu, variabel dependent (terikat) adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independent (bebas) .

### **Teknik Pengumpulan Data**

Memperoleh data secara keseluruhan dalam penelitian ini, maka sebagai berikut:

**1. Angket**

Angket atau kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

**2. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transip, agenda dan sebagainya. Metode pengumpulan data ini digunakan untuk mengumpulkan sejumlah data berupa foto kegiatan penelitian,data universitas, data mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

### **Uji Instrumen Penelitian**

---

## 1. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur benar- benar cocok atau sesuai sebagai alat ukur yang diinginkan. Menurut sugiyono instrument yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti bahwa instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Penulis menggunakan bantuan SPSS versi 22.0 untuk menguji validitas butir soal, dengan hasil sebagai berikut :

**TABEL I**  
**UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN ANGKETGAYA  
HIDUP**

No item	r hitung	r tabel	Kesimpulan	Keterangan
1.	0,773	0,361	Valid	Digunakan
2.	0,734	0,361	Valid	Digunakan
3.	0,688	0,361	Valid	Digunakan
4.	0,714	0,361	Valid	Digunakan
5.	0,705	0,361	Valid	Digunakan
6.	0,679	0,361	Valid	Digunakan
7.	0,727	0,361	Valid	Digunakan
8.	0,719	0,361	Valid	Digunakan
9.	0,747	0,361	Valid	Digunakan
10.	0,738	0,361	Valid	Digunakan
11.	0,638	0,361	Valid	Digunakan
12.	0,715	0,361	Valid	Digunakan

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari 12 item pernyataan tentang gaya hidup memiliki nilai r hitung > r tabel, atau r hitung > 0,361 sehingga semua item tersebut dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh item pernyataan yang dapat digunakan sebagai item pernyataan dalam pengumpulan data tentang gaya hidup adalah sebanyak 12 item.



TABEL II  
 UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN ANGGKET PERILAKU KONSUMTIF

No item	r hitung	r tabel	Kesimpulan	Keterangan
1.	0,597	0,361	Valid	Digunakan
2.	0,894	0,361	Valid	Digunakan
3.	0,064	0,361	Tidak Valid	Dibuang
4.	0,622	0,361	Valid	Digunakan
5.	0,091	0,361	Tidak Valid	Dibuang
6.	0,401	0,361	Valid	Digunakan
7.	0,681	0,361	Valid	Digunakan
8.	0,454	0,361	Valid	Digunakan
9.	0,442	0,361	Valid	Digunakan
10.	0,430	0,361	Valid	Digunakan
11.	0,570	0,361	Valid	Digunakan
12.	0,378	0,361	Valid	Digunakan
13.	0,461	0,361	Valid	Digunakan
14.	0,775	0,361	Valid	Digunakan
15.	0,820	0,361	Valid	Digunakan
16.	0,681	0,361	Valid	Digunakan
17.	0,371	0,361	Valid	Digunakan

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari 22 item pernyataan tentang perilaku konsumtif memiliki nilai r hitung  $>$  r tabel, atau r hitung  $>$  0,361 sehingga di dapat 20 item soal yang valid dan 2 item soal yang tidak valid. Dengan demikian item pernyataan yang valid dapat digunakan sebagai item pernyataan dalam pengumpulan data tentang perilaku konsumtif adalah sebanyak 20 item

## 2. Uji Realibilitas

Pengujian realibitas dilakukan untuk mengukur ketepatan instrument atau ketepatan dalam menjawab alat evaluasi tersebut. Suatu alat evaluasi (instrument) dilakukan baik bila reabilitasnya tinggi. Untuk mengetahui apakah suatu tes memiliki reabilitas tinggi, sedang atau rendah dapat dilihat dari nilai koefisien reabilitasnya

Berdasarkan analisis yang dilakukan diperoleh hasil perhitungan reliabilitas dari tabel berikut :

**TABEL III**  
**UJI REALIBILITAS INSTRUMEN PENELITIAN ANGKET**  
**GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF**

Angket	Jumlah item soal	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Kesimpulan	Ket
Gaya Hidup	12	0,912	Reliabel	Digunakan
Perilaku Konsumtif	20	0,895	Reliabel	Digunakan

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* angket gaya hidup sebesar 0,912  $>$  0,60 dan nilai *cronbach alpha* angket perilaku konsumtif sebesar 0,895  $>$  0,60 dapat disimpulkan bahwa instrument atau alat ukur data tersebut bersifat reliabel. Dengan demikian angket tersebut dapat digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan.

## Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif Kuantitatif

---

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Statistik deskriptif merupakan kegiatan statistik yang dimulai dari menghimpun data, menyusun atau mengatur data, mengelola data, menyajikan dan menganalisis data angka guna memberikan gambaran tentang suatu gejala, peristiwa dan keadaan

## 2. Mengubah Data Ordinal ke Interval

Sebelum masuk ke rumus statistik, data yang diperoleh dari angket berupa data ordinal yang kemudian akan diubah menjadi interval.

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Gaya_Hidup	115	29	52	4	4.210
Valid N (listwise)	115			0	
	N			9	
Perilaku_Konsumtif	115				
Valid N (listwise)	115				

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku_Konsumtif	115	30	98	5	12.824
Valid N (listwise)	115			7	
				0	
				1	

## 3. Uji Linearitas

Kemudian dilakukan uji linearitas. Hipotesis yang di uji adalah :

Ha : Distribusi data yang diteliti tidak mengikuti bentuk yang linier  
 Ho : Distribusi yang diteliti mengikuti bentuk linier.

Menurut Duwi Priyatno dalam bukunya SPSS Handbook menyatakan jika nilai signifikansi pada F *Linearity* (probabilitas) kurang dari 0,05 maka hubungan ke dua variabel adalah linier. Atau dengan kata lain :

- 1) Jika probabilitas > 0.05 Ha ditolak dan Ho diterima
- 2) Jika probabilitas < 0.05 Ha diterima dan Ho ditolak

#### Hasil Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Gaya_Hidup* Perilaku_Konsumtif	Between Groups	(Combined)	1018.641	45	22.636	1.558	.048
		Linearity	256.770	1	256.770	17.676	.000
		Deviation from Linearity	761.871	44	17.315	1.192	.253
	Within Groups		1002.350	69	14.527		
	Total		2020.991	114			

#### 4. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parameterik. Uji normalitas adalah melakukan perbandingan antara data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data adalah jika  $p > 0.05$ , maka sebaran normal. Jika  $p < 0.05$  Maka sebaran tidak normal.

##### Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.93390660
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.044
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.503
Asymp. Sig. (2-tailed)		.962
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.V		

#### 5. Regresi Linear Sederhana

Data yang terkumpul akan dianalisa dengan menggunakan rumus atau regresi linier sederhana, yaitu untuk memprediksi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Variabel bebasnya adalah pengaruh Gaya Hidup atau variable X, sedangkan variabel terikatnya adalah perilaku konsumtif atau variabel Y.

##### Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.	Beta		

			Error	a		
1	(Constant)	34.319	1.686		20.356	.000
	Perilaku_Konsumtif	.117	.029	.356	4.055	.000

a. Dependent Variable: Gaya\_Hidup

## 6. Kontribusi Pengaruh Variabel X (Gaya Hidup) Terhadap Variabel Y (PerilakuKonsumtif)

Menghitung besarnya sumbangan variabel X terhadap variabel Y dengan rumus : $KD = R^2 \times 100\%$

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi / Koefisien Penentu $R^2$  :

R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.356 a	.127	.119	3.951

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan maka terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Hal ini dikarenakan r hitung (0,356) lebih besar daripada r tabel pada taraf signifikan 5% maupun 1% dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang berarti gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Besarnya pengaruh perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara adalah sebesar 12,7 %, sedangkan sisanya sebesar 87,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis ingin memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Disarankan kepada mahasiswa agar lebih aktif, lebih antusias lagi dan memilih barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan, mengurangi gaya hidup yang berlebihan untuk menghindari perilaku konsumtif, cara yang dapat dilakukan salah satunya adalah mengurangi belanja yang didasari oleh hasrat tiba-tiba dan berbelanja demi kesenangan semata.
2. Disarankan kepada dosen lebih memberikan motivasi kepada mahasiswa agar lebih kreatif lagi dalam bertindak dengan tepat.
3. Disarankan bagi peneliti yang tertarik dengan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, dapat mengkaji faktor-faktor lain yang belum masuk dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini tidak terlepas dari kelemahan dan kesalahan, untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini diharapkan kritik dan sarannya yang bersifat membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita se

“

## DAFTAR PUSTAKA

- Hartanto, Dicki. 2020. Rumus Slovin dan Alternatif Penentuan Ukuran Sampel, (Sample Size) dalam Penelitian, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Duwi Priyatno. 2013. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, Jogjakarta: CV. Andi Offset Sari
- Listyorini. 2012. Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 1, No. 1
- Suci Dwi Pangestu. 2016. Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan, *Jurnal Admistrasi*, Vol 5, No 1
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Bandung: Alfabeta*
- Suharman. 2012. *Pengantar Teori Ekonomi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Sumarwan
- Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Surmawan Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Suryani Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Umar husein. 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia pustakautama
- Usman Efendi. 2016. *Psikologi Konsumen*, Depok: PT. Raja Gafindo Persada
- Yunita. 2014. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu, *Jurnal Manajemen*, Vol 4, No 2
- Eva Melita Fitria. 2015. Dampak Online Shop diinstagram Terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 3, No 1
- Hartono. 2010. *Analisis Item Instrumen*, Pekanbaru: Zanafa Publishing
- Indah Inawati. 2013. Pengaruh Literasi keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif, *Jurnal Penelitian*, Vol 1, No 1
- Izzah Hifdziyatul Ilmi. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian, *Skripsi pada fakultas Ekonomi*
- Kanserina Dias. 2015. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha, vol:5 No.1
- Kasmadi. 2015. *Panduan Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabet