

**PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA
ONLINE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)**

Skripsi

**MERLIANA WIDYAWATI
NPM. 1951040113**



Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H/2023 M**

**PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA
ONLINE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mendapat Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh :

MERLIANA WIDYAWATI

NPM : 1951040113

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing I : Vitria Susanti, M. A., M.Ec. Dev

Pembimbing II : Yulistia Devi, S.E, MS.Ak

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H/2023 M**

ABSTRAK

Perilaku konsumtif pada mahasiswa tidak terlepas dari adanya ketidakpuasan terhadap diri individu yang menyebabkan mahasiswa menjadi tidak percaya diri. Dalam berbelanja *online* individu dipengaruhi oleh kelompok teman sebaya, hal itu disebabkan karena kelompok teman sebaya merupakan tempat untuk melakukan perbandingan. Diketahui Bahwa Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung sudah tidak mengikuti teman-temannya maupun lingkungannya dan mempunyai kontrol diri yang baik akan tetapi mahasiswa tersebut masih berperilaku konsumtif dalam berbelanja *online*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* dalam perspektif ekonomi islam.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dalam penelitian berjumlah 5.788 orang. Sampel sebanyak 98 orang dengan menggunakan rumus slovin, diambil dengan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi konformitas semakin meningkat pula perilaku konsumtif pada mahasiswa. Variabel kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi kontrol diri pada mahasiswa maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya. Hasil penelitian dalam perspektif ekonomi islam terhadap perilaku konsumtif dalam Q.S. Al-Isra':27 bahwa Dalam ajaran Islam konsumen dilarang berkonsumsi secara berlebihan dan berperilaku *israf*, yaitu membeli barang yang tidak memberikan manfaat karena akan melahirkan gaya hidup konsumtif. Islam menganjurkan untuk berkonsumsi sesuai dengan kebutuhan dan bukan karena keinginan semata.

Kata Kunci : Konformitas, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Consumptive behavior in students cannot be separated from dissatisfaction with individuals which causes students to become insecure. In online shopping individuals are influenced by peer groups, it is because peer groups are a place to make comparisons. It is known that UIN Raden Intan Lampung students no longer follow their friends and environment and have good self-control, but these students still behave compulsively in online shopping. The purpose of this study was to determine the influence of conformity and self-control on online shopping consumptive behavior from an Islamic economic perspective.

This research uses a quantitative approach method. The data used are primary and secondary data by distributing questionnaires. The population in the study amounted to 5,788 people. A sample of 98 people using the Slovin formula, was taken by probability sampling technique with the simple random sampling method. The data analysis used was multiple linear regression analysis processed using SPSS version 25.

The results of this study show that the conformity variable has a positive and significant effect on consumptive behavior. The higher the conformity, the more consumptive behavior in students. Self-control variables have a negative and significant effect on consumptive behavior. The higher the self-control in students, the lower the consumptive behavior. The results of research in the perspective of Islamic economics on consumptive behavior in Q.S. Al-Isra': 27 that in Islamic teachings consumers are prohibited from consuming excessively and behaving israf, namely buying goods that do not provide benefits because it will give birth to a consumptive lifestyle. Islam advocates to consume according to needs and not out of desire alone.

Keywords: Conformity, Self-Control, Consumptive Behavior



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Merliana Widyawati
NPM : 1951040113
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)** ” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun plagiat dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka penyusun akan bertanggung jawab sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini ini saya buat agar dapat dimaklumi.
Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, Oktober 2023
Penulis



Merliana Widyawati
NPM. 1951040113



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)

Nama : Merliana Widyawati

NPM : 1951040113

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Vitria Susanti, M.A., M.ec.Dev.

NIP. 197809182005012005

Pembimbing II

Yulistia Devi, S.E., MS.AK

NIP. 197407092023212009

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E

NIP. 197905142003121003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **“Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)”** disusun oleh: **Merliana Widyawati, NPM. 1951040113**, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Selasa, 12 Desember 2023.

TIM MUNAQASYAH

Ketua : Dr. Ahmad Habibi, M.E

Sekretaris : Sania Nuraziza, M.B.A

Penguji I : Zulaikha, M.E

Penguji II : Vitria Susanti, M.A., M.ec., Dev

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A

NIR.19/009262008011008



MOTTO

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ^ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

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

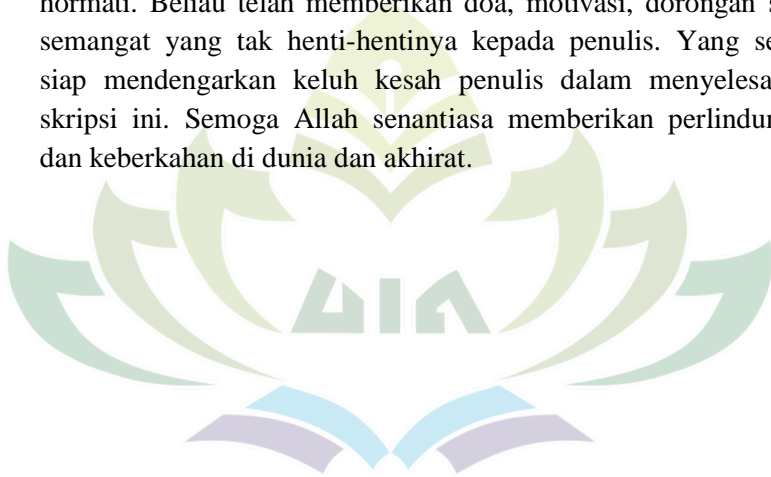
(Q.S. Al-Isra' : 27)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah, skripsi ini penulis persembahkan kepada :


1. Cinta pertama penulis, Bapak M. Sapei yang saya sayangi dan saya hormati. Yang sudah selalu berusaha dan bekerja keras demi mewujudkan cita-cita yang saya inginkan, merawat, menasehati dengan motivasi yang sangat luar biasa, serta selalu mendoakan agar selalu lancar dan berada di jalan-Nya, semoga Allah senantiasa memberikan perlindungan dan keberkahan di dunia dan akhirat.
2. Pintu surga penulis, Ibu Ulwiyah yang saya sayangi dan saya hormati. Beliau telah memberikan doa, motivasi, dorongan serta semangat yang tak henti-hentinya kepada penulis. Yang selalu siap mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memberikan perlindungan dan keberkahan di dunia dan akhirat.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Merliana Widyawati, yang dilahirkan di Marga Catur pada tanggal 21 September 2001. Merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak M. Sapei dan Ibu Ulwiyah. Penulis menempuh Pendidikan formal yang dimulai pada jenjang Sekolah Dasar di SDN 05 Tajimalela dan lulus pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan kejenjang Pendidikan Madrasah Tsanawiyah di MTs Darul A'mal Metro dan lulus pada tahun 2016. Selanjutnya, penulis menempuh Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Darul A'mal Metro dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019 juga, penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 18 Oktober 2023



Merliana Widyawati
NPM. 1951040113

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur penulis haturkan hadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah, ilmu pengetahuan, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, para sahabat, keluarga, pengikut-Nya yang telah taat pada ajaran agama-Nya, yang telah membawa kita dari alam kegelapan kealam yang terang benderang pada saat ini.

Skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi Pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.). terselesaikannya skripsi ini berkat banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.
2. Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Vitria Susanti, M.A., M.ec. Dev selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Yulistia Devi, S.E., MS.Ak selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan motivasi, ilmu dan pelajaran kepada penulis selama proses perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.

6. Perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak menyediakan materi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kedua orangtuaku dan adikku yang tiada henti mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis selama proses perkuliahan berlangsung dari awal hingga saat ini.
8. Teruntuk 1941040020 yang selalu membantu, memberikan semangat, memberikan kasih sayang, mendengarkan keluh kesah penulis saat mengerjakan skripsi dan selalu memberikan dorongan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.
9. Sahabat CPNS Nanda Ayu Novita, Selvi Oktianingrum dan Salsabiila Nur Aziizah Terimakasih selalu setia menedengarkan keluh kesahku, dan selalu memberikan dorongan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Seluruh teman-teman kampusku terutama kelas MBS B 2019 yang senantiasa banyak membantu dan memberi support. Terkhusus Rahma Yulia Sari dan M. Arsy Yoanda yang berjuang bersama penulis untuk menyelesaikan skripsi .
11. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata Dari Rumah (KKN-DR) Desa Palembang tahun 2022 yang senantiasa memberikan semangat.
12. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung yang penulis banggakan.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya serta penulis memanjatkan do'a kepada Allah SWT, semoga jerih payah dan amal semua pihak akan mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT. Penulis berharap hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya, Aamiin YRA.

Bandar Lampung, 18 Oktober 2023

Merliana Widyawati

NPM. 1951040113

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Identifikasi Dan Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Kajian Penelitian Terdahulu	13
H. Sistematika Penulisan	18
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
A. Teori Perilaku Konsumen	19
1. Pengertian Perilaku Konsumen	19
2. Pengertian Perilaku Konsumen Dalam Islam	20
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
B. Konformitas.....	29
1. Pengertian Konformitas.....	29
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konformitas	29
3. Indikator Konformitas	31

4.	Konformitas dalam Perspektif Islam	31
C.	Kontrol Diri	33
1.	Pengertian Kontrol Diri	33
2.	Faktor-Faktor Kontrol Diri	33
3.	Indikator Kontrol Diri	34
4.	Kontrol Diri dalam Perspektif Islam.....	35
D.	Perilaku Konsumtif.....	36
1.	Pengertian Perilaku Konsumtif.....	36
2.	Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif.....	36
3.	Indikator Perilaku Konsuntif	38
4.	Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam	38
E.	Kerangka Berfikir.....	41
F.	Hipotesis.....	42
1.	Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja <i>Online</i>	42
2.	Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja <i>Online</i>	44
3.	Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja <i>Online</i>	46
BAB III METODE PENELITIAN.....		49
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	49
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	49
C.	Sumber data.....	50
D.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
1.	Populasi.....	51
2.	Sampel	51
E.	Teknik Pengumpulan Data	52
1.	Kuesioner	52
F.	Definisi Operasional Variabel	53
G.	Uji Validitas dan Realibilitas Data	55
1.	Uji Validitas	55
2.	Uji Reliabilitas	56
H.	Uji Asumsi Klasik	56
I.	Uji Hipotesis.....	58

1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
2. Uji Parsial (T).....	59
3. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	59
4. Uji R^2	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Hasil Penelitian	61
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
2. Gambaran Umum Responden	61
3. Deskripsi Jawaban Responden.....	66
4. Uji Validitas Dan Reliabilitas	70
a. Uji Validitas	70
b. Uji Reliabilitas	72
5. Uji Asumsi Klasik.....	73
a. Uji Normalitas	73
b. Uji Multikolinieritas	74
c. Uji Heteroskedatisitas.....	75
6. Uji Hipotesis	76
a. Uji Regresi Linier Berganda.....	76
b. Uji Parsial (T).....	77
c. Uji Simultan (F)	79
d. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	80
B. Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis	81
BAB V PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan	91
B. Rekomendasi.....	92
DAFTAR RUJUKAN.....	95
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Uang Saku	63
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Rata-Rata Uang Saku Perbulan	64
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Aplikasi Yang Digunakan Dalam Berbelanja <i>Online</i>	65
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Produk Yang Sering Dibeli	66
Tabel 4.7 Jawaban Responden Pada Variabel Konformitas.....	67
Tabel 4.8 Jawaban Responden Pada Variabel Kontrol Diri	68
Tabel 4.9 Jawaban Responden Pada Variabel Perilaku Konsumtif	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (t).....	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (F)	79
Tabel 4.17 Hasil Uji R^2	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Berfikir.....	42
4.1 Hasil Uji Normalitas	73
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Jawaban Responden
- Lampiran 3 Uji Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 Uji Hipotesis
- Lampiran 6 Dokumentasi
- Lampiran 7 Tabel T, Tabel R dan Tabel F
- Lampiran 8 Turnitin



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis mengadakan pembahasan lebih lanjut tentang penulisan skripsi ini, untuk menghindari berbagai penafsiran terhadap judul skripsi ini yang berakhir dengan kesalahan dalam pemahaman dikalangan pembaca. Maka penulis akan menjelaskan dengan memberi arti pada beberapa istilah yang terkandung di dalam judul penelitian ini. Penelitian yang akan dilakukan ini berjudul : **“Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)”**. Adapun beberapa istilah yang penulis perlu uraikan sebagai berikut :

Peran dalam KBBI memiliki arti pemain atau sandiwara. Menurut Sarwono peran merupakan sekumpulan tingkah laku yang dihubungkan dengan suatu posisi tertentu.¹

Konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial ketika seseorang mengubah tingkah laku mereka sesuai dengan norma sosial yang ada.²

Kontrol Diri adalah kemampuan seseorang untuk mengendalikan dirinya sendiri secara sadar agar menghasilkan perilaku yang tidak merugikan orang lain, sehingganya sesuai dengan norma sosial dan dapat di terima oleh lingkungannya.³

¹ Sarwono, *Psikologi Sosial Individu dan Teori-Teori Psikologi Sosial* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 98

² Cunningham & Caldwell. (2010). Internet Addiction and Students: Implications for School Counselor. dari https://www.counseling.org/Resources/Library/VISTAS/2010_VOnline/Article_61.pdf

³ Young, K. S. (2004). Internet Addiction : A New Clinical Phenomenon and

Perilaku adalah tindakan yang dibuat oleh individu, organisme, sistem, atau entitas buatan dalam hubungannya dengan dirinya sendiri atau lingkungannya, yang mencakup sistem atau organisme lain disekitarnya serta lingkungan fisik.⁴

Konsumtif adalah gaya hidup individu yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang atau perilaku berlebih-lebihan dan membabi buta dalam membeli suatu barang.⁵

Berbelanja Online adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan *real-time* tanpa suatu media perantara melalui internet. Melalui belanja lewat internet seseorang bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak dibelanjakan melalui web yang dipromosikan oleh penjual.⁶

Perspektif merupakan suatu kumpulan atau asumsi maupun keyakinan tentang suatu hal.⁷

Ekonomi Islam merupakan istilah untuk sistem yang dibangun atas dasar-dasar dan tataan Al- Qur'an dan As- Sunnah dengan tujuan masalah (kemaslahatan) bagi umat manusia, sehingga secara konsep dan prinsip ekonomi islam adalah tetap, namun pada prakteknya untuk hal-hal yang situasi dan kondisi tertentu bisa saja berlaku luwes bahkan bisa mengalami perubahan.⁸

Berdasarkan penjabaran istilah-istilah diatas, maka dapat ditegaskan bahwa penelitian ini adalah untuk membahas mengenai Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Its Consequences. *American Behavioral Scientist* 48(4), 402-415.

⁴ Madjid, R. 1997. *Islam Kemoderenan dan Ke-Indonesiaan*. Bandung : Mizan Pustaka

⁵ Engel et al. 1994. *Perilaku Konsumen Jilid I*. Jakarta : Bina Rupa Aksara

⁶<https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/content/padanan-istilah-online-dan-offline>

⁷ Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta : Kanisius.

⁸ Muhammad Hasbi Ash Shiddiqy, *Filsafat Hukum Islam*, Jakarta : Bulan Bintang, 1993, h.31

(Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung).

B. Latar Belakang

Kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari kegiatan berbelanja. Berbelanja merupakan kegiatan memilih dan memilah barang yang kemudian berujung pada pembelian. Aktivitas jual beli terjadi dimana pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi, seperti di pasar.⁹

Membelanjakan uang yakni membeli maupun menggunakan produk dalam bentuk barang, yang dihasilkan oleh sistem industri yang bermanfaat tidak hanya untuk konsumen tetapi bermanfaat juga untuk orang lain seperti teman, keluarga sehingga pembelian ini disebut dengan pembelian implusif. Pembelian produk secara *online* sangat populer hingga saat ini. Belanja *online* merupakan sebuah proses jual beli yang melalui perantara situs-situs atau website dengan menggunakan jaringan internet. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Sari dalam penelitiannya bahwa belanja *online* merupakan sarana atau toko yang menawarkan barang dan jasa melalui jaringan internet sehingga konsumen dapat melihat barang tersebut di media sosial. Pembeli dapat melihat barang tersebut melalui gambar maupun video.¹⁰

Perkembangan teknologi saat ini dalam menerapkan belanja *online* telah disediakan dalam aplikasi bisnis yaitu *Electronic Commerce*, yang biasa disingkat *E-Commerce* yang mengacu pada pengguna internet, yang fungsinya diantaranya untuk membeli, menjual, mengangkut, dan memperdagangkan jasa layanan atau barang.¹¹ Keunggulan yang disajikan di aplikasi *E-Commerce* dapat memikat para konsumen untuk berbelanja di aplikasi tersebut, jika seseorang tidak dapat mengatur pola perilaku berbelanja *online* maka berpotensi untuk terjebak ke

⁹ Siti Febiyanti Khoiriyah and Zun Azizul Hakim, "Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Ditinjau Dari Konsep Diri Pada Mahasiswa" 4, no. 1 (2021): 21–37.

¹⁰ Dadan Abdul et al., "Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen" 15, no. 3 (2016): 61–76.

¹¹ Khoiriyah and Hakim, "Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Ditinjau Dari Konsep Diri Pada Mahasiswa."

dalam perilaku konsumtif. Survei terbaru lembaga riset juni 2022 mengungkap bahwa generasi Z yang merupakan kelompok manusia yang lahir dalam kurun waktu 1997-2000-an menjadi pembelanja terbanyak di bidang *e-commerce* yakni sebanyak 65% pada usia (15-25 tahun) sedangkan 35% usia (26-35 tahun), jadi usia generasi muda lebih mementingkan faktor emosional dibandingkan fungsional dalam berbelanja *Online* akibatnya mereka saling tidak peduli terhadap harga asal bisa mengikuti trend,” papar *Alvara Research Center*.

Online shop merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung *Online shop* bisa melihat barang-barang di toko *Online*.¹² *Online shop* memberikan beragam kemudahan bagi konsumennya diantaranya adalah adanya penghematan biaya, barang bisa langsung diantar sampai rumah, pembayaran yang bisa dilakukan via transfer, dan harga pun lebih bersaing. Kemudahan ini yang terus menerus dapat mengakibatkan seseorang untuk berperilaku konsumtif untuk memenuhi kebutuhannya secara berlebihan atas dasar tertarik pada produk yang ditawarkan lebih murah sehingga membuat mereka membelinya secara *Online*.¹³

Pada sistem belanja *online* banyak memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam segala hal, konsumen dapat membeli barang dimana saja dan kapan saja, asalkan perangkat yang digunakan terkoneksi dengan internet seperti yang dikemukakan oleh Statistika dalam laporan Digital Market Outlook yang menyebutkan bahwa pengguna *E-Commerce* di Indonesia pada tahun ini diprediksi tumbuh 15% dari total 138 juta pengguna pada tahun 2022 atau mencapai 159 juta pengguna di tahun 2023.¹⁴ Setiap individu dalam membeli barang selalu berbeda-

¹² Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). *Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja*. JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia), 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>

¹³ Halimatussakdiyah, Martono, S., & Sudarma, K. (2019). *Influence of Life Style and Financial Literacy to Consumptive Behavior Through Self Control of Unisnu FEB College Students Jepara*. Journal Of Economic Education, 8(37), 75–80.

¹⁴ <https://www.google.com/search?q=proyeksi+penjualan+e+commerce+2022+di+di+asia+tenggara&tbm=isch&ved=2ahUKEwiEmdD64dP8AhX5KrcAHR0AC8>

beda, sesuai dengan besarnya uang saku yang dimilikinya, akan tetapi lingkungan yang mereka tinggali sering kali mempengaruhi pola konsumsi yang di lakukannya.¹⁵ Oleh karena itu, seseorang dalam menjalani hidup sehari-hari harus bisa memilih pola konsumsi sesuai dengan kebutuhan dan persediaan dana yang ada. Seseorang yang memiliki uang saku yang lebih banyak akan melakukan konsumsi yang lebih banyak.

Mahasiswa merupakan masa peralihan dari remaja menuju dewasa awal, yang dimana seseorang sedang melakukan proses penyesuaian diri pada kehidupan baru, peran hidup yang baru, dan harapan sosial yang baru. Dalam hal itu mahasiswa seringkali tidak dapat menghindari perilaku konsumtif.¹⁶ Mahasiswa yang masih tergolong remaja tidak lagi tinggal bersama orangtuanya selama menempuh pendidikannya di perguruan tinggi. Lingkungan pertama yang memiliki interaksi langsung dengan mahasiswi adalah lingkungan kos. Kos merupakan tempat tinggal sementara bagi mahasiswi selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Pada umumnya, kos terletak tidak jauh dari kampus dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan. Kos bukan saja sebagai tempat tinggal sementara, namun kos merupakan tempat dimana mahasiswi melakukan aktivitas sosial dan menjalin relasi sosial dengan teman kosnya. Ikatan pertemanan antar penghuni kos yang terjalin setiap hari membuat hubungan antar penghuni kos menjadi erat dan mahasiswi menjadikan teman kosnya sebagai kelompok referensi untuk setiap aktivitasnya, termasuk dalam perilaku konsumtif.¹⁷ Beberapa penyebab seseorang melakukan

0Q2-cCegQIABAA

¹⁵ Putu Sokalia and Dewi Puri, "Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) Di Denpasar," n.d., 144–55.

¹⁶ Romadloniyah, A., & Setiaji, K. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 50–64. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>

¹⁷ Sitohang, A. Hubungan Antara Konformitas Terhadap Kelompok Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja. Ringkasan Skripsi. Universitas Diponegoro : Semarang.

pembelian yaitu adanya keinginan untuk meniru orang lain atau kelompoknya, faktor ikut-ikutan, maupun mengikuti mode yang sedang *trend*. Hal tersebut harus dilakukan supaya mereka dapat di terima oleh kelompok tersebut atau yang disebut dengan Konformitas.

Konformitas menurut Baron dan Byrne adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial. Secara tidak langsung konformitas adalah tuntutan untuk merubah sikap dan perilaku individu supaya di terima di kelompok tersebut. Hal ini bertujuan agar dapat di terima di kelompok tersebut dan dipertahankan di dalam kelompok sebagai bentuk interaksi yang terjadi di dalam kelompok tersebut. Perilaku individu dalam berbelanja dapat menggambarkan bagaimana individu tersebut mampu mengontrol dirinya.¹⁸ Ketika seseorang tidak dapat mengontrol atau mengendalikan impulse berbelanja maka dapat dikatakan seseorang tersebut tidak mampu untuk mengontrol dirinya.

Mowen & Minor mendefinisikan kelompok referensi sebagai kelompok yang dianggap sebagai kerangka rujukan bagi individu dalam pengambilan keputusan pembelian atau konsumsi mereka. Kelompok referensi ini sangat kuat mempengaruhi kehidupan individu, hal tersebut terkait dengan pengakuan dari kelompok tersebut terhadap anggota kelompoknya.¹⁹

Kontrol diri merupakan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun dengan maksud meningkatkan hasil dan tujuan tertentu dengan sebagaimana yang diinginkan oleh individu tersebut. Jika seseorang memiliki kontrol diri yang tinggi maka dapat mengendalikan dirinya atas sesuatu, begitupun sebaliknya jika seseorang memiliki kontrol diri yang rendah maka ia akan kurang

¹⁸ Muhammad Maulana Malik Hendrawan, Anizar Rahayu, and Universitas Persada Indonesia Y A I, "Konformitas Dan Kontrol Diri Perannya Terhadap Kepatuhan Pada Protokol Kesehatan Menjaga Jarak" 1, no. 74 (n.d.): 21–29.

¹⁹ Zebua, A & Nurdjayadi, R. (2001). Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. *Jurnal Phronesis*. 3, 6, 72-82

bisa mengontrol dirinya ketika melakukan sesuatu.²⁰

Moser menjelaskan bahwa Perilaku konsumtif melalui *E-Commerce* berkaitan erat dengan kontrol diri karena dari aplikasi *E-Commerce* menghadirkan beberapa fitur dan kemudahan yang dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif seperti diskon, kode promo maupun pengiriman di hari yang sama dengan produk sehingga mahasiswa akan mudah terpengaruh untuk berbelanja.

Perilaku konsumtif adalah suatu kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Hal ini dapat disebabkan dari pola hidup yang kurang pandai dalam mengatur keuangan karna dapat menimbulkan dilema antara pemenuhan kebutuhan mana yang lebih penting dan mana yang tidak penting. Pemenuhan kebutuhan primer atau tersier yang merupakan simbol penerimaan pada masyarakat. Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang berpengaruh negatif terhadap seseorang, negatif yang dimaksud adalah suatu bentuk contoh mahasiswa dalam menghambur-hamburkan uangnya karena membeli suatu barang bukan berdasarkan kebutuhan hidupnya melainkan hanya untuk memenuhi keinginan dan kesenangan semata atau yang disebut dengan *impulsive buying*.²¹

Pembelian secara impulsif telah menghamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas, yang menjadikan seseorang menjadi boros. Pemborosan pada mahasiswa di pengaruhi oleh adanya trend, iklan, promosi, maupun lingkungan pertemanannya. Lingkungan akan menjadikan mahasiswa sebagai tempat menyesuaikan diri dalam tingkah laku. Karna faktor lingkungan lah yang membuat mahasiswa tergiur untuk berbelanja *online*, salah satunya tingkah laku yang dapat dilakukan untuk menyesuaikan diri adalah merubah perilaku agar selaras dengan kelompok yang ada pada

²⁰ Velda Yolanda et al., "Hubungan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Pengguna Shopee," no. September (2022): 3670–79.

²¹ Khoiriyah and Hakim, "Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Ditinjau Dari Konsep Diri Pada Mahasiswi."

lingkungan tersebut.

Islam mengajarkan dalam memenuhi kebutuhan hidup hendaklah kebutuhan (*needs*) lebih mendominasi bukan sekedar kepada keinginan (*wants*) hendaknya seorang muslim dalam berbelanja secara adil, dalam arti tidak kurang dan tidak berlebihan dari yang semestinya. Jangan kikir dan jangan pula boros. Membelanjakan harta untuk kebutuhan pribadi, dianjurkan dengan ukuran kewajaran. Sebagai mana firman Allah Subhanahu wa Ta'ala:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya:

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.” (QS: Al-Furqon 67)

Ayat di atas menjelaskan dalam membelanjakan hartanya seorang muslim tidak berlebih-lebihan. Yakni mereka tidak menghambur-hamburkan hartanya dalam berbelanja lebih dari apa yang diperlukan, tidak pula kikir. Tetapi mereka membelanjakan hartanya dengan pembelanjaan yang seimbang dan selektif serta pertengahan. Sebaik-baik perkara ialah yang dilakukan secara pertengahan, yakni tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir. Larangan tidak berbuat boros juga terdapat dalam hadis Riwayat Muslim yaitu : “Hadits dari Abu Hurairah r.a berkata bahwa Rasulullah saw. Bersabda, *“Sesungguhnya Allah SWT. Menyukai tiga macam yaitu, kalau kamu menyembah kepada-Nya dan tidak menyekutukan-Nya dengan suatu apapun. Dan supaya kamu berpegang teguh dengan ikatan Allah dan janganlah bercerai-berai. Dan Dia membenci bila kamu banyak bicara dan banyak bertanya dan memboroskan harta.” (H.R Muslim).*²²

²² Hadist Riwayat Bukhari dan Muslim dari Abu Hurairah no. 827

Artinya, jika salah satu mahasiswa berada pada lingkungan yang anggotanya cenderung berperilaku konsumtif, maka mahasiswa akan menyelaraskan dengan lingkungan untuk berperilaku konsumtif agar tidak diasingkan, yang dimana seseorang dituntut untuk menyesuaikan dirinya dengan norma sosial yang ada pada suatu kelompok agar dapat diterima sebagai anggotanya kalau tidak sesuai dengan yang diinginkan maka seseorang tersebut tidak akan pernah bisa untuk bergabung di kelompok tersebut. Bentuk penyesuaian seseorang untuk menyelaraskan dirinya dengan kelompok bisa positif maupun negatif. Untuk menghindari suatu konformitas yang negatif diperlukan adanya kontrol diri yang kuat supaya seseorang tidak mudah tergiur untuk melakukan perilaku konsumtif.

Berdasarkan perkembangan teknologi internet dapat berdampak pada perubahan *mindset* dan perilaku mahasiswa dalam berbelanja. Sekarang berbagai kalangan baik laki-laki maupun Perempuan mulai memanfaatkan internet untuk berbelanja secara *online*. Hal ini memudahkan mahasiswa untuk berbelanja *online*. Objek dari penelitian ini merupakan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2022 karena penulis yakin bahwa mahasiswa Angkatan 2022 memiliki sifat konsumtif yang tinggi, yang dimana saat ini Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung angkatan 2022 sedang menempuh masa studi semester tiga, sehingga mahasiswa angkatan 2022 masih dalam proses adaptasi dan juga belum memahami dirinya sendiri yang membuat mahasiswa tersebut mudah terpengaruh untuk melakukan perilaku konsumtif.

Peneliti terdahulu, salah satunya yang dilakukan oleh Suminar & Meiyuntari bahwa konformitas tidak memiliki hubungan dengan tingkat perilaku konsumtif,²³ sedangkan menurut penelitian Fitriyani, Widodo, & Fauziah menunjukkan hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif.²⁴

²³ Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). *Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja*. Jurnal Psikologi Indonesia, 6(9), 145–152.

²⁴ Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah*

Variabel kontrol diri pada penelitian Dikria & W, menunjukkan pengaruh negatif antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.²⁵ Sedangkan dalam penelitian Fattah, Indriayu, & Sunarto, bahwa kontrol diri menunjukkan pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku konsumtif dan pada penelitian Salsabila & Nio pada penelitiannya variabel kontrol diri tidak menunjukkan pengaruh terhadap perilaku konsumtif.²⁶

Berdasarkan saran dari Eva Oktafikasari dan Amir Mahmud pada penelitiannya yang berjudul “Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif”, untuk penelitian selanjutnya menyarankan variabel *Self Control* atau Kontrol Diri yang dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif. Sehingga peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih lanjut menggunakan variabel Konformitas dan Kontrol Diri.²⁷

Pada Pra-survey yang dilakukan untuk mengetahui apakah Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Berperilaku Konsumtif dalam Berbelanja *Online*, maka peneliti melakukan Pra-survey melalui wawancara kepada 20 Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam waktu 4 hari berturut-turut, dengan rata-rata usia 18-25 tahun. Dari hasil pra-survey peneliti mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang diajukan bahwa 14 Mahasiswa (70%) menyebut bahwa mereka selalu update pada trend masa kini dan 6 mahasiswa (30%) menyebut bahwa mereka tidak selalu update untuk trend masa kini. Kemudian 16 mahasiswa (80%) menyebutkan bahwa mereka selalu berbelanja *online* ketika ada *flash sale* atau diskon di media sosial dan 4 mahasiswa (20%)

Semarang. Jurnal Psikologi Undip, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>

²⁵ Dikria, O., & W., S. U. M. (2016). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 9(2), 143–155. Retrieved from <http://journal.um.ac.id>

²⁶ Salsabila, R., & Nio, S. R. (2019). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas hukum ubh pengguna shopee, 1–12.

²⁷ Eva, O., & Amir, M. (2019). “Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif”. Jurnal Pendidikan Ekonomi Unnes, 16(2), 1-17.

menyebutkan bahwa mereka tidak berbelanja *online* ketika ada flash sale atau diskon di media sosial.

Bedasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti memilih variabel Konformitas dan Kontrol Diri pada Mahasiswa yang nantinya akan berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* karena diketahui Bahwa mahasiswa sudah tidak mengikuti teman-temannya maupun lingkungannya dan mempunyai kontrol diri yang baik akan tetapi mahasiswa tersebut masih berperilaku konsumtif dalam berbelanja *online*. Maka peneliti akan mengangkat permasalahan tersebut dengan judul penelitian : **“Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung).**

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Identifikasi batasan masalah adalah poin-poin yang berhubungan dengan kemungkinan-kemungkinan yang dapat muncul dalam sebuah penelitian. Adapun pembatasan masalah adalah upaya-upaya untuk menetapkan batasan masalah dalam penelitian. Batasan permasalahan yang dikaji pada penelitian ini hanya difokuskan pada Konformitas, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online*. Dan objek pada penelitian ini adalah Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah Konformitas Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung?
2. Apakah Kontrol Diri Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung?
3. Apakah Konformitas Dan Kontrol Diri Berpengaruh Terhadap

Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung?

4. Bagaimana Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Konformitas, Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online*?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, berikut tujuan penelitian yang ingin di capai :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung
4. Untuk Menjelaskan Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Konformitas, Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online*.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian mengenai Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* diharapkan dapat berguna bagi penelitian - penelitian dengan tema yang sama atau relevan sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan manajemen bisnis syariah.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan selama menempuh studi manajemen bisnis syariah ke dalam karya nyata. Selain itu peneliti dapat mengetahui permasalahan dalam perilaku konsumen yang ada di manajemen bisnis syariah khususnya dibidang manajemen pemasaran.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan manfaat kepada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung yakni memberikan masukan, informasi, dan himbauan agar tidak berperilaku konsumtif serta dapat membentengi diri sejak dini guna menghindari perilaku konsumtif.

c. Bagi Lokasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau referensi kepada UIN Raden Intan Lampung pada umumnya untuk meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran pada bidang perilaku konsumen.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan terkait topik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini merupakan repliksi dari penelitian Dara Ayu Dezianti dan Fina Hidayati (2021) dengan judul “ Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial”²⁸

Persamaan : Variabel X1 (Konformitas) dan Variabel Y

²⁸ Dara Ayu and Nova Dezianti, “GENERASI MILENIAL THE INFLUENCE OF CONFORMITY ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF” 5, no. 2 (2021): 151–58.

(Perilaku Konsumtif)

Perbedaan : Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya dari segi variabel independen yang menambahkan Kontrol Diri dan variabel dependen yang berbeda yaitu Perilaku Konsumtif ditambah dengan Berbelanja *Online* Dalam Perspektif Islam. Selain itu, objek yang digunakan berbeda yaitu Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

Hasil : Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat konformitas generasi milenial paling banyak berada pada kategori sedang, yaitu dengan persentase 74,3%. Adapun pada pengukuran tingkat perilaku konsumtif, mayoritas generasi milenial berada pada kategori sedang dengan persentase 55,5% dari total responden secara keseluruhan. Nilai signifikansi pada penelitian ini adalah 0,044 ($\text{sig} < 0,050$) artinya terdapat signifikansi positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Dapat disimpulkan bahwa keinginan untuk sepadan dan sesuai dengan norma sosial serta takut dengan penolakan sering kali membuat seseorang membeli tanpa pertimbangan dan hanya mengutamakan keinginan dan kesenangan semata dibandingkan untuk memenuhi kebutuhan. Adapun analisis tambahan mengenai perbedaan pada jenis kelamin yang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Caesarani Dewinda dan Tanti Susilarini yang berjudul “Hubungan antara Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik Lipstick Maybelline (Studi pada Mahasiswa Universitas Persada)”.²⁹

Persamaan : Variabel X1 (Konformitas), Variabel X2 (Kontrol Diri), dan Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

Perbedaan : Perbedaannya pada penelitian sebelumnya

²⁹ Khoiriyah and Hakim, “Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Ditinjau Dari Konsep Diri Pada Mahasiswa.”

mengkhususkan pada produk kosmetik lipstick maybelline sedangkan penelitian ini mengkhususkan variable Dependen menjadi Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Dalam Perspektif Islam. Selain itu, jika penelitian sebelumnya menggunakan objek di Universitas Persada Indonesia maka penelitian menggunakan objek Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Hasil : Berdasarkan hasil analisis data menggunakan korelasi bivariat antara variabel konformitas dan perilaku konsumtif diperoleh $r = 0,626$ dan $p=0,000$ yang berarti ada hubungan yang signifikan ke arah positif antara variabel konformitas dengan perilaku konsumtif. Hasil analisis data antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $r = -0,338$ dan $p=0,000$ yang berarti ada hubungan yang signifikan ke arah negatif antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Korelasi multivariat pada uji regresi diketahui koefisien determinasi R square sebesar 0,453 dan berdasarkan regresi korelasi multivariat diperoleh nilai koefisien korelasi $R = 0,673$ dan $p = 0,000$ yang berarti ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi konformitas pada kontrol diri lebih dominan dibandingkan dengan kontribusi kontrol diri.

3. Penelitian yang dilakukan Eva Oktafikasari dan Amir Mahmud (2020), yang berjudul Pengaruh Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif.

Persamaan : Variabel X1 (Konformitas) dan Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

Perbedaan : Penelitian sejumlah 297 mahasiswa ditentukan menggunakan teknik proportional random sampling.

Hasil : Penelitian menunjukkan bahwa (1) konformitas hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif; (2) literasi

ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif; (3) gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif; (4) konformitas hedonis berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif; (5) literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif; (6) gaya hidup konsumtif memediasi konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif; (7) gaya hidup konsumtif tidak memediasi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.³⁰ Artinya terdapat peran gaya hidup konsumtif dalam memediasi konformitas hedonis, dan tidak memediasi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.

4. Berdasarkan penelitian dari Putu Sokalia Anjani dan Dewi Puri Astiti (2021) yang berjudul “Hubungan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi Jepang (anime) di Denpasar”.

Persamaan : Variabel X1 (Konformitas), Variabel X2 (Kontrol Diri) dan Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

Perbedaan : Pada penelitian sebelumnya variabel Y di khusukan pada Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) sedangkan penelitian ini mengkhususkan pada Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

Hasil : Penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri dan konformitas tidak memiliki hubungan secara simultan dengan perilaku konsumtif, kontrol diri tidak memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif, namun konformitas memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.³¹

5. Penelitian yang dilakukan oleh Yulita, Ati Sumiati dan Sri Zulaihati (2021) yang berjudul “ Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi *Online Food Delivery* Mahasiswa

³⁰ Eva Oktafikasari and Amir Mahmud, “Economic Education Analysis Journal” 6, no. 3 (2017): 684–97.

³¹ Sokalia and Puri, “Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) Di Denpasar.”

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”³²

Persamaan : Variabel X1 (Konformitas), Variabel X2 (Kontrol Diri) dan Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

Perbedaan : Pada penelitian sebelumnya mempunyai tiga variabel X yakni Literasi Keuangan sedangkan penelitian ini hanya menggunakan dua variabel X, kemudian Variabel Y pada penelitian sebelumnya mengkhususkan pada Penggunaan Aplikasi *Online Food Delivery* Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, sedangkan pada penelitian ini mengkhususkan pada Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

Hasil : Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel kontrol diri juga memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan variabel konformitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan variabel literasi keuangan, kontrol diri, dan konformitas memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hasil pengujian dari koefisien determinasi sebesar 44,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar penelitian. kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

³² Ati Sumiati dan Sri Zulaihati Yulita, “Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Online Food Delivery Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri,” N.D.

H. Sistematika penulisan

Sistematika penulisan dalam karya ilmiah ini, berisi tentang keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, penulis akan uraikan sistematika penulisan yang terdiri dari :

1. Bagian Awal

Bagian awal dalam penelitian ini mencakup halaman judul, abstrak, persetujuan, pengesahan, motto, persembahan, riwayat hidup, kata pengantar, daftar isi, daftar table, dan daftar gambar.

2. Bagian Inti

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi (1) Penegasan Judul, (2) Latar Belakang Masalah, (3) Identifikasi dan Batasan Masalah, (4) Rumusan Masalah, (5) Tujuan Penelitian, (6) Manfaat Penelitian, (7) Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan, (8) Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Bab ini menggambarkan tentang gambaran mengenai variabel penelitian dan pengajuan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan, (1) waktu dan tempat penelitian, (2) Pendekatan dan jenis penelitian, (3) Populasi, sampel, dan Teknik pengumpulan data, (4) Definisi operasional variabel, (5) Instrumen penelitian, (6) Uji validitas dan reliabilitas data, (7) Uji prasarat analisis, (8) Uji hipotesis

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi tentang deskripsi data serta pembahasan hasil penelitian dan analisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis mengenai penelitian yang dilakukan.

DAFTAR RUJUKAN

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan teori yang mengkaji proses pengambilan keputusan konsumen. Pertama kali dikemukakan oleh John A. Howard dan Jagdish N. Sheth pada 1996 dalam bukunya *Theory Of Buyer Motivation*. Kotler dan Keller mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, serta menempatkan barang, jasa, ide ataupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka.³³ Menurut Schiffman dan Kanuk perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan mereka.³⁴ Perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang secara langsung terlibat untuk mendapatkan barang dan jasa.³⁵

Sedangkan menurut Engel, Black Well, dan Miniard dalam buku perilaku konsumen milik Danang Sunyoto, perilaku konsumen adalah suatu tindakan individu yang terlibat secara langsung pada suatu usaha untuk memperoleh atau menggunakan suatu barang ataupun jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.³⁶ Menurut Mowen dan Minor perilaku konsumen adalah tentang

³³ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 J (Jakarta: Erlangga, 2008).hal. 214

³⁴ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017).

³⁵ Bilson Simamura, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004).

³⁶ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen)*, CAPS Cet.1 (Yogyakarta, 2013). Hal. 3

unit pembelian dan proses barter yang mencakupi perolehan, konsumsi serta pembuangan barang atau jasa, pengalaman dan ide-ide. termasuk kedalam pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan suatu tindakan.³⁷

Selain itu, pendapat pakar lainnya yaitu David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta dalam buku Danang Sunyoto, menuturkan bahwa “*Consumer behavior may be defined as decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using or disposing of goods and services.*” (Perilaku konsumen didefinisikan sebagai proses pengambilan suatu keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang melibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mempergunakan barang serta jasa).³⁸

Dari penjelasan menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan semua tindakan yang dikerjakan oleh konsumen mulai dari mencari, memilih, mendapatkan, mengkonsumsi, menghabiskan, serta mengevaluasi produk barang maupun jasa yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.

2. Pengertian Perilaku Konsumen dalam Islam

Perilaku konsumen seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sehingga dalam perilaku konsumen seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam. Misalnya, apakah barang dan jasa yang dikonsumsi halal atau haram, apa tujuan seorang muslim melakukan aktivitas konsumsi, bagaimana etika dan moral seorang muslim dalam mengkonsumsi, bagaimana bentuk perilaku konsumsi seorang muslim dikaitkan dengan keadaan lingkungannya.³⁹ Perilaku konsumen merupakan kegiatan

³⁷ Otto R Payangan, *Pemasaran Jasa Pariwisata* (Bogor: IPB Press, 2013).

³⁸ Danang Sunyoto, *Op.Cit*, hal.4

³⁹ Rahmat Ilyas, “*Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Mahasiswa Program Doktor UIN Sumatera Utara, Dosen Jurusan

individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah kegiatan tersebut dilakukan. Perilaku konsumen juga merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.⁴⁰

Perilaku konsumen dalam perspektif islam menekan pada tiga hal penting yaitu:⁴¹

1. Seimbang dalam Konsumsi

Konsumsi yang dilakukan adalah pembelanjaan dalam pemenuhan kebutuhan hidup yang seimbang baik untuk kepentingan di jalan Allah SWT. Pembelanjaan harta di jalan Allah SWT, sebagai imbalannya akan digantikan dengan surga, bahkan Allah SWT akan melipatgandakannya, sebaliknya Allah SWT juga mengharamkan orang pelit akan hartanya tersebut. Ini yang dimaksud dengan keseimbangan dalam berkonsumsi yang terdapat dalam Al-Quran sehingga tercermin sifat keadilan sebagaimana terdapat dalam Q.S Al-Isra' (17:29)

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ

فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

Syariah Dan Ekonomi Islam STAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung,” Jurnal At-Tawassuth, Vol. 1 No. (2016): h. 162.

⁴⁰ Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah*”, (Alumnuas Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Dan Dosen Tetap Program Studi Magister Psikologi Universitas Mercu B,” Jurnal Spirits Vol. 2 No. (2014): h.4.

⁴¹ F. H. Leona, *Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Skincare Lokal Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening* (Studi Pada Konsumen Generasi Millennial Di Kota Bandar Lampung) (UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2022)

Artinya :

“Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal” (Q.S Al-Isra’ (17:29) ”

Dalam Tafsir Ibnu Katsir Allah subhanahu wa ta'ala memerintahkan (kepada hamba-hamba-Nya) agar bersikap ekonomis dalam kehidupan, dan mencela sifat kikir, serta dalam waktu yang sama melarang sifat berlebihan. Perilaku seimbang ini sangatlah diperlukan mengingat apabila tidak diterapkan akan membuat pola konsumsi menjadi tak terarah dan menyimpang dari ajaran agama islam.⁴²

2. Membelanjakan Harta dengan Baik dan pada Bentuk yang Halal

Konsep islam mengenai halal dan haram terkait dengan kegiatan ekonomi manusia meliputi produksi dan konsumsi. Membelanjakan harta untuk konsumsi haruslah berdasarkan pendapatan atau anggaran yang diperoleh secara baik serta pembelanjannya haruslah pada bentuk-bentuk yang halal serta jauh dari unsurunsur perjudian serta penipuan yang meliputi bahan baku. Proses produksi, manajemen, hasil produksi sampai dengan proses pendistribusian dan konsumsi yang dilakukan harus lah dalam kerangka halal. Sebagai mana yang terdapat dalam Q.S Al-Maidah (5:88):

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ

مُؤْمِنُونَ

⁴² ‘Abdullah bin Muhammad, Tafsir Ibnu Katsir, Terj. M. ‘Abdul Ghoffar E.M, Cet. 1, (Pustaka Imam Asy-Syafi’i, 2008).

Artinya :

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadanya.” (Q.S Al-Maidah (5:88))

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan ayat tersebut yakni keadaan rezeki itu halal lagi baik dan bertakwalah kepada Allah. Yakni dalam semua urusan kalian, ikutilah jalan taat kepada-Nya dan yang diridai-Nya serta tinggalkanlah jalan yang menentang-Nya dan yang durhaka terhadap-Nya.⁴³

3. Larangan Bersikap Israf dan Tabzir

Larangan bersikap israf dan tabzir merupakan salah satu prinsip dasar dari konsumsi. Di dalam AlQuran di sebutkan kaum muslimin sebagai umat pertengahan dan menganjurkan berperilaku konsumsi sesuai dengan prinsip kesederhanaan dan keseimbangan. Harta maupun makanan, sikap pertengahan adalah sikap utama jika dilihat dari bidang konsumsi. Baik ‘kurang dari semestinya’ (yakni kikir maupun) ‘lebih dari semestinya’ (yakni berlebihan) dilarang. Dalam bidang perilaku ekonomi dan psikologi ekonomi, perilaku konsumen merupakan bagian dari perkembangan psikologi konsumen dalam penelitian yang merupakan perluasan dalam pengambilan keputusan konsumen. Perilaku konsumen muslim dipengaruhi oleh keberkahan. Perilaku konsumen muslim dalam mengkonsumsi barang ditentukan oleh intensitas berkah yang terdapat dalam barang ataupun jasa bukan terletak pada masalah harga. Dalam hal konsumsi kebutuhan, islam melarang perbuatan yang melampaui batas. Islam mengajarkan agar dalam konsumsi seorang konsumen muslim mengutamakan prinsip kesederhanaan, yakni perilaku

⁴³ Abdullah bin Muhammad.

konsumsi sampai tingkat minimum dengan tujuan mengekang hawa nafsu dan keinginan yang berlebihan. Perilaku yang berlebihan merupakan perilaku yang hanya diperuntukan hawa nafsu semata. Untuk pencapaian masalah merupakan tujuan dari syariat islam.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler, faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikolog sebagai berikut:

1. Faktor Kebudayaan

Faktor-faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur, dan kelas sosial pembeli.

- a. Kultur Kultur (Kebudayaan) adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Anak memperoleh serangkaian nilai (*values*), persepsi, preferensi, dan perilaku melalui keluarganya dan institusi-institusi utama lainnya. Seorang anak yang dibesarkan di Asia mendapat nilai-nilai berikut: hubungan keluarga dan pribadi, kepatuhan, kepercayaan (*trust*), respek pada orang yang lebih tua, dan kesalehan.
- b. Sub-Kultur Setiap kultur terdiri dari sub-sub kultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi para anggotanya. Subkultur mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub-kultur membentuk segmen pasar yang penting, dan para pasar kerap kali merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

- c. Kelas Sosial Kelas sosial adalah divisi atau kelompok yang relatif homogen dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hirarki dan anggota-anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang mirip.

2. Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti perilaku kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial dari konsumen.

- a. Kelompok Acuan Banyak kelompok mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok-kelompok yang mempunyai pengaruh langsung terhadap seseorang disebut kelompok keanggotaan (*membership groups*). Ini merupakan kelompok di mana orang tersebut ikut serta dan berinteraksi. Sebagian merupakan kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja, yang mana orang tersebut secara terus menerus berinteraksi dengan mereka. Kelompok primer cenderung bersifat informal. Seseorang juga termasuk dalam kelompok sekunder, seperti kelompok religius, kelompok profesi. Kelompok asosiasi perdagangan, yang cenderung bersifat lebih formal dan mempunyai interaksi yang tidak begitu rutin.
- b. Keluarga Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang saling berpengaruh. Kita bisa membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli. Keluarga orientasi (*family of orientation*) terdiri dari orang tua seseorang. Dari orang tua, seseorang memperoleh orientasi terhadap agama, politik, dan ekonomi serta pemahaman atas ambisi pribadi,

penghargaan pribadi, dan cinta. Bahkan jika pembeli sudah tidak lagi terlalu sering berinteraksi dengan orang tuanya, pengaruh orang tua terhadap perilaku pembeli tersebut bisa saja tetap signifikan. Di negeranegara di mana orang tua hidup bersama anak-anak mereka yang sudah dewasa, pengaruh mereka dapat saja bersifat substansial.

- c. Peran dan Status Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Contoh : Direktur akan memakai pakaian yang mahal dan mengendarai mobil Mercedes Benz.⁴⁴
3. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, kondisi ekonomi. Gaya hidup, serta kepribadian dan kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.
 - a. Usia dan Tahap Siklus Hidup Orang membeli akan barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan bertambahnya usia. Pembelian dibentuk oleh tahap siklus hidup keluarga, sehingga pemasar perlu memperhatikan perubahan minat pembelian yang berhubungan dengan daur siklus hidup manusia.
 - b. Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Dengan demikian, pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan seseorang terhadap minatnya akan produk atau jasa yang akan dibelinya.

⁴⁴ Achi Rinaldi and Yulistia Devi, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas Dan Transparansi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Propinsi Lampung),” *Al-Mal: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 3, no. 1 (2022): 64–84.

- c. Kondisi Ekonomi Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi seseorang. Kondisi ekonomi meliputi pendapatan yang bisa dibelanjakan (tingkat pendapatan, stabilitas, dan pola waktunya), tabungan dan kekayaan (termasuk persentase yang likuid), utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap belanja versus menabung.
 - d. Gaya Hidup Orang-orang yang berasal dari sub-kultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, pendapatnya. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, akan dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku konsumen.
 - e. Kepribadian dan Konsep Diri Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan. Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan.⁴⁵ Setiap orang memiliki kepribadian sendiri yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian dapat diartikan sebagai karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya.
4. Faktor Psikologis Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan (*learning*), serta keyakinan dan sikap.
 - a. Motivasi Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada setiap waktu tertentu. Sebagian kebutuhan bersifat

⁴⁵ Charles W dkk Lamb, *Manajemen Pemasaran*, Buku I Edisi (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001).

biogenik. Kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan tensi/ketegangan seperti lapar, haus, tidak senang. Kebutuhan yang lain bersifat psikogenik, kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan tensi seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa kepemilikan. Sebagian besar kebutuhan psikogenik tidak cukup kuat untuk memotivasi orang tersebut untuk bertindak secara langsung. Suatu kebutuhan menjadi motif bila telah mencapai tingkat intensitas yang memadai. Motif dan dorongan adalah kebutuhan yang cukup untuk mendorong untuk mendorong seseorang agar bertindak. Pemuasan kebutuhan tersebut akan mengurangi rasa ketegangan.

- b. Persepsi Seseorang yang termotivasi akan siap bertindak. Bagaimana orang yang termotivasi tersebut akan benar-benar bertindak dipengaruhi persepsinya mengenai situasi tertentu.
- c. Pengetahuan Ketika orang bertindak, mereka belajar. Pengetahuan menggambarkan perubahan dalam perilaku individu tertentu yang berasal dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia dipelajari.
- d. Keyakinan dan Sikap Melalui bertindak dan belajar, orang-orang memperoleh keyakinan dan sikap. Kedua faktor ini kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Tentu saja, perusahaan-perusahaan sangat tertarik pada keyakinan yang dianut orang mengenai produk dan jasa mereka. Keyakinan ini membentuk citra produk dan merek, dan orang bertindak atas dasar citra ini. Bila sebagian keyakinan tersebut keliru dan menghambat pembelian produsen akan meluncurkan kampanye untuk

mengkoreksi keyakinan ini.⁴⁶

B. Konformitas

1. Pengertian Konformitas

Melihat kondisi saat ini manusia cenderung tidak mengikuti aturan-aturan yang ada dalam lingkungannya. Bila diperhatikan lebih luas, kebanyakan manusia tidak mengikuti aturan tersebut. Aturan-aturan yang mengatur tentang bagaimana sebaiknya kita bertingkah laku, disebut norma sosial. Manusia mencoba menyesuaikan diri dengan lingkungan agar dapat bertahan hidup. Cara yang termudah adalah melakukan tindakan yang sesuai dengan norma yang dikenal dengan Konformitas.⁴⁷ Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial. Norma sosial dapat berupa *Injunctive Norms*, apa yang kebanyakan orang lakukan. Tekanan yang ada dalam norma sosial sesungguhnya memiliki pengaruh yang sangat besar. Konformitas tidak hanya sekedar bertindak dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga berarti dipengaruhi oleh bagaimana mereka bertindak. Konformitas adalah bertindak atau berfikir secara berbeda diri tindakan dan pikiran yang biasa kita lakukan oleh kita sendiri. Oleh karena itu konformitas adalah perbuatan perilaku atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain.⁴⁸

2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Konformitas

Terdapat enam faktor yang menyebabkan terjadinya konformitas, yaitu:

⁴⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2000).

⁴⁷ Romadloniyah, A., & Setiaji, K. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Gender. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 50–64.

⁴⁸ Yolanda et al., “Hubungan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Pengguna Shopee.”

1) ***Unanimity***

Keseragaman kelompok adalah individu yang berada dalam kelompok mayoritas akan cenderung menyesuaikan dirinya dalam kelompok mayoritas tersebut. Individu yang minoritas akan sulit mengajukan pendapatnya untuk melawan kelompok.

2) ***Prior Commitment***

Komitmen sebelumnya adalah ketika individu sudah berkomitmen pada suatu posisi, individu tersebut jarang menyerah pada tekanan sosial. Komitmen yang telah dibuat sebelumnya juga menahan ajakan atau persuasi lainnya. Dengan kata lain, individu yang sudah membuat komitmen sebelumnya akan lebih sulit terpengaruh dengan orang lain dibandingkan individu yang belum membuat komitmen akan lebih mudah terpengaruh.

3) ***Status***

Semakin tinggi status atau kedudukan seseorang maka pengaruhnya akan semakin besar di dalam kelompok. Suatu studi menyatakan orang dengan status lebih rendah akan menerima perintah lebih mudah daripada orang dengan status lebih tinggi.

4) ***Public Response***

Seorang akan menyesuaikan diri atau konform ketika mereka akan berhadapan dengan orang lain. Dengan kata lain, akan lebih mudah menyampaikan pendapat dengan menulis dalam selembar kertas daripada menyampaikan pendapat langsung dalam kelompok. Hal ini dikarenakan individu tidak akan terpengaruh dengan kelompok yang memiliki perbedaan pendapat.

5) ***Kepaduan Kelompok***

Cohesion atau kepaduan dalam kelompok merupakan sebuah perasaan dimana anggota kelompok memiliki keterikatan dan ketertarikan satu sama lain. Semakin erat

hubungan dengan anggotanya maka akan semakin kuat pula hubungan antara anggotanya. Individu akan membiarkan orang lain mempengaruhinya, karena individu tidak ingin ditolak dengan orang yang disukainya.

6) *Group Size*

Jumlah anggota dalam suatu kelompok mempengaruhi konformitas seseorang. Pengaruh dalam kelompok akan semakin besar jika anggota kelompok semakin banyak. Oleh karena itu besarnya suatu kelompok akan mempengaruhi tingkat konformitas.⁴⁹

3. Indikator Konformitas

Menurut (Baron & Branscombe, 2012) terdapat dua aspek dalam konformitas, yaitu :

1. ***Normative Influence***, merupakan keinginan seseorang untuk disukai di dalam kelompok. Misalnya dengan tampil semirip mungkin dengan kelompok. Dengan kata lain, pengaruh sosial normatif sebagai upaya untuk menyesuaikan diri individu agar sesuai yang diharapkan oleh kelompok.
2. ***Informational Influence***, merupakan suatu keinginan agar menjadi benar. Pengaruh sosial informasional berdasarkan pada individu yang melibatkan dunia sosial dan bergantung kepada orang lain sebagai sumber informasi.⁵⁰

4. Konformitas Dalam Perspektif Islam

Ikut-ikutan atau yang disebut dengan konformitas sama halnya dengan orang tidak mempunyai pendirian dan hal tersebut dapat dikatakan sebagai orang munafik. Diantaranya

⁴⁹ Sokalia and Puri, “Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) Di Denpasar.”

⁵⁰ Yulita, *et. al.* “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi *Online Food Delivery* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta .

tanda-tanda orang munafik itu tidak mempunyai suatu pendirian dan identitas yang kokoh dan mandiri. Di lingkungan manapun ia akan selalu menyesuaikan diri dengan warna lingkungan tersebut. Ketika dikalangan orang mukmin ia akan menunjukkan keimanan dan kebersamaan. Dan ketika ia berada dikalangan musuh-musuh agama ia dan umat serta pemimpin islam, maka ia akan bersatu suara dengan mereka dan berbicara tentang hal-hal yang anti orang-orang beriman. Untuk menarik perhatian mereka ia pun menertawakan dan melecehkan kaum mukmin.⁵¹ Allah berfirman Q.S Al-baqarah ayat 14 :

وَإِذَا لَقُوا الَّذِينَ ءَامَنُوا قَالُوا ءَامَنَّا وَإِذَا خَلَوْا إِلَىٰ شَيَاطِينِهِمْ قَالُوا
 إِنَّا مَعَكُمْ إِنَّمَا نَحْنُ مُسْتَهْزِءُونَ

Artinya :

“Dan bila mereka berjumpa dengan orang-orang yang beriman, maka mengatakan: “Kami telah beriman”, dan bila mereka kembali kepada syitan-syaitan mereka, mereka mengatakan: “Sesungguhnya Kami sependirian dengan kamu, Kami hanyalah berolok-olok.” (Q.S Al-Baqarah 14)”

Ayat ini memperingatkan kita agar jangan sampai tertipu oleh sikap lahir seseorang. Siapapun yang mengaku sebagai orang beriman, janganlah kita menerima menerima begitu saja serta memperlakukannya sebagai seorang muslim. Tetapi hendaknya kita lihat terlebih dahulu dengan siapa ia bergaul dan siap teman-teman dekatnya. Adalah hal yang tak dapat di terima, bahwa seseorang beriman tetapi juga bersahabat dengan baik dengan musuh-musuh agama. Iman tak dapat bercampur dengan bersahabat dan berdamai dengan musuh-

⁵¹ Nur Fitriyani, Presetyo Budi Widodo, and Nailul Fauziah, “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang,” n.d., 55–68.

musuh agama.⁵²

C. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Pengendalian diri dapat dicapai melalui kemauan serta upaya yang sadar untuk menahan segala godaan yang menguasai pengaruh dan emosi (Bermudez, 2018). Sehingga seseorang dapat secara sadar dapat menguasai pengaruh serta emosinya untuk menahan godaan yang ada dengan kontrol diri. Kontrol diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengendalikan dorongan yang berasal dari dalam diri atau dari luar individu (Thalib, 2010). Kontrol diri juga digunakan sebagai pengaruh seseorang dan pengaturannya pada proses psikologis, perilaku, dan fisik.⁵³

(Nisa & Arief, 2019) juga mengatakan "*self-control is an individual's ability in reading selfsituations and the environment*", yang berarti kontrol diri ialah keahlian seseorang dalam membaca suasana diri dan lingkungannya. Jadi dapat disimpulkan kontrol diri merupakan suatu keahlian serta pengaturan seseorang yang berasal dari dalam diri agar dapat menahan segala pengaruh emosi dan godaan.⁵⁴

2. Faktor Kontrol Diri

Kontrol diri dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Ghufron.M & Risnawati, 2012). Faktor internal yang disebutkan yaitu berasal dari dalam diri individu. Misalnya, umur memengaruhi individu dalam mengontrol diri. Kemampuan seseorang dalam mengontrol diri akan semakin baik seiring bertambahnya usia.

⁵² Jurnal Psikologi Indonesia, "No Title" 4, no. 02 (2015).

⁵³ Yolanda et al., "Hubungan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Pengguna Shopee."

⁵⁴ Hendrawan, Rahayu, and I, "Konformitas Dan Kontrol Diri Perannya Terhadap Kepatuhan Pada Protokol Kesehatan Menjaga Jarak."

Sedangkan faktor yang berasal dari luar diri individu disebut faktor eksternal. Sebagai contoh, keluarga memengaruhi anak dalam mengontrol diri. Ketika orang tua menanamkan disiplin sejak dini secara konsisten, maka di kemudian hari kekonsistensian ini akan menjadi kontrol diri bagi anak.⁵⁵

3. Indikator Kontrol diri

Aspek-aspek kontrol diri biasa digunakan untuk mengukur kontrol diri individu. Averill (1973, hlm. 287) menjelaskan, terdapat tiga aspek kontrol diri yakni *behavioral control*, *cognitif control*, dan *decisional control*.

a. ***Behavior Control***, merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan diri pada suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini dirinci menjadi dua komponen yakni kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) dan kemampuan memodifikasi perilaku (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu dalam menentukan siapa yang akan mengendalikan situasi atau keadaan, apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan sumber eksternal. Sedangkan kemampuan memodifikasi perilaku merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki akan dihadapi oleh individu.

b. ***Cognitive Control***, diartikan sebagai kemampuan individu dalam mengendalikan diri untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian kedalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis untuk mengurangi tekanan yang dihadapi. Aspek ini terdiri dari dua komponen, yakni memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan

⁵⁵ Khoiriyah and Hakim, "Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Ditinjau Dari Konsep Diri Pada Mahasiswa."

penilaian (*appraisal*). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

- c. **Decisional Control**, merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan diri untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujui. Kontrol diri akan sangat berfungsi dalam menentukan pilihan, baik dengan adanya suatu kesempatan maupun kebebasan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan. ⁵⁶

4. Kontrol Diri Dalam Perspektif Islam

Keimanan akan membimbing kita membentuk kontrol diri yang positif dan kontrol diri yang positif akan melahirkan perilaku yang positif pula, yang dalam bahasa agama disebut shaleh. Semua manusia adalah sama disisi Allah, yang lebih mulia hanyalah orang yang paling bertakwa. Allah berfirman dalam surah Al-Hujuraat Ayat 13 yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya :

“Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.” (Q.S Al-Hujuraat 13)

⁵⁶ Mulyani dan Syamsu Yusuf L. N. “Bimbingan Kelompok Teknik Modeling untuk Meningkatkan *Self Control*”. (2016).

Berdasarkan ayat diatas dapat di ketahui seharusnya seseorang menyadari betapa pentingnya nama dalam bentuk kontrol diri, secara tidak sadar didorong untuk memenuhi citra (*image*) yang terkandung didalam namanya. Teori Labelling (Penamaan) menjelaskan kemungkinan seseorang menjadi jahat karena masyarakat sekelilingnya adalah penjahat.⁵⁷ Didalam lingkungan keluarga dan rumah tangga merupakan lingkungan yang sangat berpengaruh dalam membentuk suatu konsep diri. Hal ini sangat penting sebagai tempat bimbingan pembelajaran sekaligus pengembangan jiwa seorang remaja agar lebih positif lagi melalui kondisi hubungan yang terjalin antara anggota keluarga.

D. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku membeli barang tanpa mempertimbangkan secara rasional disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif disebut perilaku menyalakan dan berlebihan perilaku ini mengutamakan keinginan sehingga menjadi gaya hidup yang berlebihan. Kemudian (Mufarizzaturrizkiyah, Aziz, & Leliya,2020) juga menyebutkan perilaku konsumtif sebagai suatu kecenderungan membeli sesuatu yang berlebihan tanpa terencana terlebih dahulu. Masyarakat yang hanya mengutamakan kesenangan daripada keperluan sehingga menjadi kebiasaan untuk melakukan konsumsi yang melampaui batas tanpa adanya perhitungan disebut juga sebagai perilaku konsumtif.⁵⁸

2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Terdapat enam faktor yang menyebabkan terjadinya konformitas, yaitu:

⁵⁷ Fitriyani, Widodo, and Fauziah, "Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang."

⁵⁸ Funky, T., Sari, T. P. ., & Sanjaya, V. F. . (2022). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*.

a. Media

Kemampuan beradaptasi dengan teknologi pada anak muda masa kini mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi, seperti melalui media seperti televisi dan internet seseorang dapat berbelanja dan juga berbisnis secara luas dan tanpa batas.

b. Orang tua

Sikap dan mental orang tua dalam mendidik anak menjadi faktor penting yang menentukan anak berperilaku konsumtif, ketika orang tua mengutamakan berpenampilan konsumtif maka anak akan cenderung mengikuti pola hidup orang tuanya.

c. Masyarakat

Budaya tidak mau ketinggalan dari orang lain di dalam masyarakat akan mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

d. Teman sebaya

Pemilihan teman juga menjadi faktor anak dalam berperilaku konsumtif. Pengaruh teman sebaya akan mengubah sikap dan tingkah laku seseorang agar mereka dapat diterima dalam kelompok.

e. Agama

Pondasi agama yang kuat akan membentuk seseorang untuk selalu bersyukur sehingga tidak akan merasa kekurangan dari yang dimilikinya.

f. Pergaulan

Lingkungan pergaulan anak khususnya remaja mempengaruhi perilaku mereka dalam berkonsumsi, oleh karena itu pemilihan lingkungan pergaulan juga harus diperhatikan.⁵⁹

⁵⁹ Sokalia and Puri, “Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) Di Denpasar.”

3. Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diukur menggunakan delapan indikator yaitu;

a. *Impulsive Buying*

Merupakan pembelian tidak terencana atau proses pembelian suatu barang yang dilakukan secara tidak sengaja dan terjadi ketika konsumen melihat produk atau merek tertentu, kemudian konsumen tertarik untuk mendapatkannya. *Impulse buying* biasanya dilakukan secara spontan, tidak terefleksi, terburu-buru, dan didorong oleh aspek psikologis emosional terhadap suatu produk atau tergoda oleh persuasi dari pemasar.

b. *Wasteful Buying*

Merupakan perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas atau di sebut dengan pemborosan.

c. *Non Rasional Buying*

Merupakan suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatarbelakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa trendy.⁶⁰

4. Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam

Perilaku belanja *online* mengacu pada proses pembelian produk dan jasa melalui internet. Maka pembelian secara *online* telah menjadi alternatif pembelian barang ataupun jasa. Penjualan secara *online* berkembang baik dari segi pelayanan, efektifitas, keamanan, dan juga popularitas. Pada zaman

⁶⁰ Mulyani dan Syamsu Yusuf L. N. "Bimbingan Kelompok Teknik Modeling untuk Meningkatkan *Self Control*". (2016).

sekarang berbelanja secara *online* bukanlah hal yang asing. Konsumen tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga saat berbelanja *online*, cukup dengan melihat website bisa langsung melakukan transaksi pembelian.⁶¹

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan.⁶²

Pada preferensi konsumsi islami harus konsisten dalam pemenuhan kebutuhannya, yang terdiri dari: *daruriyyah* (kebutuhan pokok), *hajiyyah* (kebutuhan kesenangan), dan *tahsiniyah* (kebutuhan mewah):

a. *Daruriyyah* (kebutuhan pokok)

Kebutuhan pokok atau *daruriyyah* adalah kebutuhan yang wajib adanya yang harus dipenuhi agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup manusia.

b. *Hajiyyah* (Kebutuhan sekunder)

Kebutuhan ini dapat terpenuhi setelah kebutuhan pokok terpenuhi, kebutuhan yang diperoleh manusia dengan maksud untuk mempermudah kehidupan, dan mengurangi kesulitan- kesulitan dalam kehidupan.

⁶¹ Dedy Harahap and Dita Amanah, "PERILAKU BELANJA ONLINE DI INDONESIA: STUDI KASUS," *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 9 (September 2018): 193–213, <https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>.

⁶² Jordan, "(Jurnal2 & Buat Wawancara) Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif."

c. *Tahsiniyah* (Kebutuhan tersier)

Kebutuhan yang dapat menciptakan kebaikan dan kesejahteraan dalam kehidupan manusia, pemenuhan kebutuhan ini tergantung pada pemenuhan kebutuhan pokok dan sekunder, jika kedua kebutuhan itu sudah terpenuhi maka boleh memenuhi kebutuhan tersier.⁶³

Cara hidup yang tidak boros merupakan aspek yang turut mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam ajaran Islam perilaku boros merupakan perbuatan yang tercela. Sebab pada dasarnya seorang pemilik harta bukanlah pemilik sebenarnya secara mutlak, penggunaannya haruslah sesuai dengan kebutuhannya dan ketentuan syari'at.

Allah SWT berfirman dalam al-Quran surat al-Isra' ayat 27 adalah sebagai berikut ini:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya :

“*Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*” (Q.S Al-Isra' 27)

Yang berarti dalam ayat di atas, seorang pemboros itu adalah saudaranya syaitan dan termasuk kedalam perilaku yang ingkar dalam memanfaatkan apa yang ia miliki namun tidak dapat memanfaatkan apa yang ia miliki secara baik dan benar.⁶⁴

Dalam ajaran Islam konsumen dilarang berkonsumsi secara berlebihan dan berperilaku *israf*, yaitu membeli barang yang tidak memberikan manfaat karena akan melahirkan gaya

⁶³ S Aftika, H Hanif, Y Devi. Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran ShopeePaylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2022.

⁶⁴ Yolanda Et Al., “Hubungan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Pengguna Shopee.”

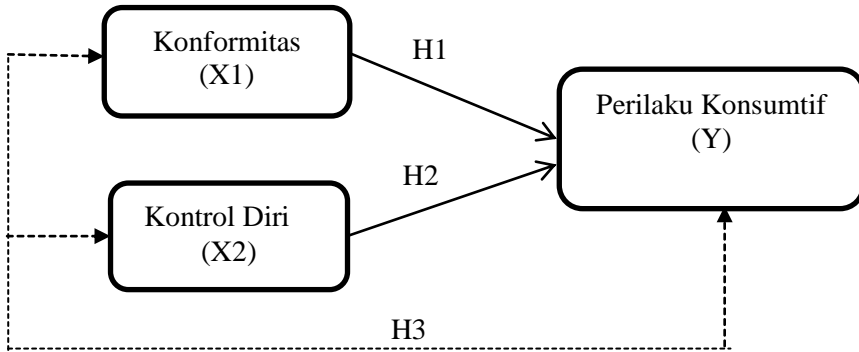
hidup konsumtif. Islam menganjurkan untuk berkonsumsi sesuai dengan kebutuhan dan bukan karena keinginan semata. Fenomena belanja *online* yang semakin merajalela dapat menjadi tolak ukur untuk melihat gaya hidup mahasiswa, usia transisi dari remaja menuju dewasa dalam membelanjakan pendapatannya sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya di zaman modern ini yang segala sesuatunya dapat dikaitkan dengan teori ekonomi Islam.⁶⁵

E. Kerangka Berfikir

Uma Sukaran menjelaskan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁶⁶ Dalam penelitian ini penulis memiliki dua variabel independen atau bebas yang merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan tau timbulnya variabel dependen (terikat) dan memiliki satu variabel dependen atau terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel independent dalam penelitian ini adalah Konformitas dan Kontrol Diri, sedangkan variabel dependen adalah Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. Berikut merupakan gambaran kerangka pemikiran peneliti :

⁶⁵ “Perilaku Konsumtif Berdasar Locus O F Control Pada Remaja Putri Lina,” 1997, 5–13.

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2017).



Keterangan :

—————> : Secara Parsial

- - - - -> : Secara Simultan

Gambar 2.1

Kerangka Berfikir

Sumber : Data diolah oleh penulis (2023)

F. Hipotesis

Menurut pendapat Sugiyono “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul”.⁶⁷ Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan kepada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta membenarkan, dan akan ditolak jika ternyata salah. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online*

Sears, dkk (2005) menjelaskan konformitas dengan sederhana yaitu apabila seseorang melakukan perilaku tertentu dikarenakan orang lain berperilaku tersebut maka hal itu disebut konformitas. Pola pemikiran yang dimiliki

⁶⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, Alfabeta (Bandung, 2011).hal. 21.

cenderung senang “mengikuti teman” dengan segala hal yang dilakukan oleh kelompok referensinya erat kaitannya dengan konformitas yang diartikan sebagai upaya yang dilakukan individu agar selalu sepadan dengan yang dilakukan oleh norma-norma yang berlaku di kelompoknya (Sarwono, 2002). Hal tersebut sesuai dengan teori perilaku konsumen (*Consumer Behavior*) yakni faktor sosial yang dimana perilaku seorang konsumen yang di pengaruhi oleh kelompok, keluarga, serta peran dan status sosial dari konsumen yang membuat seseorang berperilaku konsumtif.⁶⁸

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Putri Permata Anggraini (2022) pada siswi SMA Semesta Semarang menunjukkan adanya signifikansi positif antara konformitas dan perilaku konsumtif.⁶⁹ Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar siswi yang menjadi responden memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dan karakteristik yang labil membuat mereka mudah terpengaruh oleh orang lain. Penelitian lain yang dilakukan Yuliantari dan Herdiyanto (2015) mengungkapkan bahwa terdapat signifikansi positif antara konformitas dan perilaku konsumtif, namun terdapat hasil signifikansi negatif antara perilaku konsumtif dengan harga diri yang berfokus pada remaja putri Kota Denpasar.⁷⁰ Selain itu, pada penelitian yang dilakukan pada remaja perempuan berusia 17-23 tahun di Yogyakarta oleh I Made Pradana Adiputra (2020), didapatkan hasil bahwa konformitas dan perilaku konsumtif memiliki signifikansi positif yang mengatakan bahwa konformitas dapat mendorong remaja berperilaku konsumtif karena adanya keinginan tampil menarik dan diterima di

⁶⁸ Lamb, *Manajemen Pemasaran*.

⁶⁹ Putri Permata Anggraini, “Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam Pembelian Jilbab Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi Angkatan 2018 Skripsi,” 2022.

⁷⁰ Sokalia and Puri, “Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) Di Denpasar.”

kelompok.⁷¹ Hal ini mendorong mereka untuk terus berbelanja seperti orang-orang di sekelilingnya. Sehingga penulis membuat hipotesis :

H1 : Variabel Konformitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online

2. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online*

Menurut Averill (1973) yang disebut dengan kontrol diri ialah kemampuan seseorang dalam mengendalikan perilaku, kemampuan memilih tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini, dan kemampuan mengelola informasi yang diinginkan maupun yang tidak diinginkan. Kontrol diri diperlukan guna membantu individu dalam mengatasi kemampuannya yang terbatas dan mengatasi berbagai hal merugikan yang mungkin terjadi yang berasal dari luar.⁷² Hal ini sesuai dengan teori perilaku konsumen (*Consumer Behavior*) yaitu salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku adalah kepribadian dan konsep diri, kepribadian yang diartikan sebagai karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan respon relatif konsisten. dan seorang konsumen yang memiliki tingkat pengendalian diri yang rendah maka akan mudah untuk berperilaku konsumtif.⁷³

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Indri Anggraini dengan judul “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Pada Wanita Usia Dewasa Awal” dengan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan yang berkorelasi Negativ antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif *online shopping* pada wanita usia dewasa

⁷¹ I Made Pradana Adiputra, “PENGUNAAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF,” no. 32 (2017): 1–19, <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>.

⁷² B. F. Skinner. Ilmu Pengetahuan dan Perilaku Manusia, Terjemahan (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 355.

⁷³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*.

awal. Artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif.⁷⁴ penelitian lain yang dilakukan oleh Dwi Nurhaini yang berjudul “Pengaruh Konsep Diri Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap *Gadget*” hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis konsep diri dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif memiliki pengaruh Negativ yang sangat signifikan.⁷⁵ Kemudian Penelitian yang dilakukan oleh Husnia Annafila dan Luthfiatuz Zuhroh yang berjudul “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Islam Raden Rahmat Malang” dengan hasil penelitian perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswa prodi psikologi UNIRA dipengaruhi secara Negativ oleh kontrol diri. Sehingga tingginya kontrol diri mahasiswa menjadikan berkurangnya perilaku konsumtif. Namun sebaliknya rendahnya kontrol diri yang dimiliki maka perilaku konsumtif *online shopping* semakin tidak bisa terhindari oleh mahasiswa prodi psikologi UNIRA.⁷⁶

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Velda Yolanda dengan judul jurnal “Hubungan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir Pengguna Shopee”⁷⁷ dengan hasil penelitian bahwa variabel kontrol diri berpengaruh Positif signifikan pada perilaku konsumtif remaja akhir pengguna Shopee. Sehingga penulis membuat hipotesis :

⁷⁴ Indri Anggraini. “*Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal*”. Sarjana Thesis, Universitas Negeri Jakarta.

⁷⁵ Dwi Nurhaini. “*Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget*”. Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman Samarinda.

⁷⁶ Husnia Annafila, F., & Zuhroh, L. . (2022). A Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Islam Raden rahmat Malang. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 20–27.

⁷⁷ Yolanda et al., “Hubungan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Pengguna Shopee.”

H2 : Variabel Kontrol Diri Berpengaruh Negatif dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online

3. Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online

Menurut Sarwono (2005), individu yang melakukan konformitas adalah individu yang menyamakan perilakunya dengan perilaku orang lain atas dasar keinginannya sendiri dengan tujuan agar dapat diterima di dalam kelompok yang ia inginkan.⁷⁸ Apabila terdapat seseorang dalam suatu kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu yang sama karena mengikuti anggota kelompok lainnya maka hal tersebut juga dapat dikatakan dengan konformitas (Jalaluddin 2004).⁷⁹ Konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain yang disebabkan karena ada tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka. Kontrol diri sangat dibutuhkan untuk membantu mahasiswa dalam mengatasi kemampuannya yang terbatas dan mengatasi berbagai hal merugikan yang mungkin terjadi yang berasal dari luar. Hal merugikan yang dimaksud sama dengan halnya ketika mahasiswa terjebak dalam perilaku konsumtif. Namun apabila mahasiswa memiliki kontrol diri yang kuat, maka mahasiswa dapat mengatur perilaku konsumtif dengan mengerem rasa puasannya yang di peroleh dari berbelanja (Dewinda dan Susilarini, 2021)⁸⁰. Hal ini sesuai dengan teori perilaku konsumen (*consumer behavior*) bahwa perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan kemudian faktor dorongan dari kelompok. Faktor pribadi yang susah untuk mengendalikan diri agar tidak melakukan perilaku

⁷⁸ Sarwono, Psikologi Sosial (Jakarta : Salembaka Humanika, 2005), 182.

⁷⁹Jalaludin Rahmat, psikologi Komunikasi (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 148

⁸⁰ C Dewinda, T Susilarini. IKRA-ITH Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora 5 (2), 1-7

konsumtif.⁸¹

Hal ini didukung oleh Putu Sokalia Anjani dan Dewi Puri Astiti dengan judul jurnal “Hubungan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi Jepang (*anime*) di Denpasar”⁸² dengan Hasil penelitian bahwa kontrol diri dan konformitas memiliki hubungan secara simultan dengan perilaku konsumtif, kontrol diri tidak memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif, namun konformitas memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Insani dan Karida yang berjudul “Pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* di Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang” dengan hasil Secara simultan konformitas dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai f hitung sebesar 363.168 dan nilai probabilitas yaitu $0.000 < 0.05$. 7) Konformitas dan kontrol diri berpengaruh sebesar 82.3% terhadap perilaku konsumtif sedangkan 17.7% dipengaruhi variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian.⁸³ Namun hal ini tidak didukung penelitian yang dilakukan oleh Sa’adah & Handayani (2021) dan Kemala, Kardo & Suryadi, yang menyebutkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa bidikmisi UNISSULA.⁸⁴ Dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku

⁸¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*.

⁸² Sokalia and Puri, “Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) Di Denpasar.”

⁸³ Insani, Karida Fitri Ria. *Pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang*. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

⁸⁴ Sa’adah, D. N., & Handayani, A. (2021). Hubungan antara Kepercayaan Diri dan Konformitas Kelompok dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Bidikmisi UNISSULA. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*, 224–233.

konsumtif Peserta Didik Kelas XI di SMAN 2 Merangin.⁸⁵

H3 : Variabel Konformitas Dan Kontrol Diri Berpengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online*



⁸⁵ Kamala, H., Kardo, R., & Suryadi, S. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas XI di SMAN 2 Merangin. *Journal on Education*, 5(4), 12140-12147.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2023. Mahasiswa yang pernah berbelanja *online* di *e-commerce* adalah responden pada penelitian ini yakni dengan menggunakan penyebaran kuisioner kepada responden.

Objek pada penelitian yang penulis lakukan ini mengenai Konformitas dan Kontrol Diri serta Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online*. Atas dasar tersebut penulis tertarik untuk meneliti dan membahas masalah Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online*.

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif asosiatif. Pendekatan kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berusaha mengukur atau menganalisis suatu data berbentuk numerik atau angka. Sedangkan penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang memiliki fungsi untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengontrol suatu gejala yang terdapat pada suatu penelitian.⁸⁶

Adapun hubungan yang digunakan dalam penelitian yaitu hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yang terdiri dari variabel independent (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang

⁸⁶ M Ansori, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi 2 (Surabaya: Airlangga University Press, 2020).h. 13

dipengaruhi).⁸⁷ Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel independent dan variabel dependen, yakni variabel (X1) Konformitas dan (X2) Kontrol Diri terhadap (Y) Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

C. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Data primer dapat berupa opini subjek secara langsung individual atau kelompok, Hasil observasi suatu benda (fisik). Sumber data yang primer yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu metode mengedarkan kuesioner. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Data ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung).⁸⁸

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai sarana untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti titik penelitian ini juga dikenal dengan penelitian yang menggunakan studi kepustakaan data sekunder, jurnal penelitian terdahulu dan Al-Qur'an.⁸⁹

⁸⁷ A Y Mamahit dan A Rahman, *Metodologi Penelitian* (Manado: Yayasan Bina Lentera Insan, 2019). h.9

⁸⁸ Jonathan Sarwono, *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*, edisi pert (Yogyakarta: Graha ilmu, 2006)

⁸⁹ Arikunto suharsimi, *metode penelitian* (jakarta: Rineka Cipta, 2010)

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Raden Intan Lampung yang berumur 18-25 tahun sebanyak 5.788 Mahasiswa. Jumlah ini didapatkan dari jumlah Mahasiswa yang masuk pada UIN Raden Intan Lampung pada tahun 2022.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi dalam penelitian ini populasi adalah Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung sebanyak 5.788. penelitian ini memilih teknik pengambilan *Propability Sampling* dengan metode *Simple Random Sampling*. Dimana teknik dan sampel yang peneliti gunakan secara acak, tanpa memandang sampel atas dasar strata atau status sosial dari segi apapun.⁹⁰ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung yang masuk pada tahun 2022. Teknik yang digunakan dalam menentukan jumlah responden adalah dengan menggunakan sistem rumus Slovin.⁹¹

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Jumlah populasi

e :Persentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan. Pengambilan sampel yang masih dapat diinginkan. Dalam penelitian ini sebesar 10%

⁹⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, 11 Th Ed (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013)

⁹¹ Indra, M., & Cahyaningrum, I. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN*. Yogyakarta: DEEPUBLISH. Kang, I., Cui, H., & Son, J. (2019). Conformity consumption behavior and FoMO. *Sustainability* (Switzerland), 11(17). <https://doi.org/10.3390/su11174734>

$$n = \frac{5.788}{1 + 5.788(0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.788}{1 + 5.788(0,01)}$$

$$n = \frac{5.788}{1 + 58,88}$$

$$n = 98,31$$

Jadi, sampel yang diambil dibulatkan menjadi 98 responden. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini dibatasi sebanyak 98 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data dalam aktivitas penelitian yang dilakukan dengan mengamati kondisi yang berkaitan dengan obyek penelitian. Teknik observasi yang digunakan peneliti yaitu observasi- nonpartisipasi, dimana peneliti mengamati partisipasi tanpa berinteraksi langsung dengannya.⁹²

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup yaitu responden hanya bisa menjawab sesuai pilihan jawaban yang telah disediakan.⁹³ Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang disebar *online* melalui google form. Kuesioner disajikan dalam bentuk pernyataan dengan 5 (lima) jawaban yang akan dipilih oleh responden dengan menggunakan skala likert. Skala likert menjadikan variabel yang akan dihitung terjabar menjadi

⁹² Hardani, Dkk. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Cv Pustaka Ilmu Group, 2020)''.

⁹³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. h.115

variabel indikator, selanjutnya indikator itulah yang akan menjadi pernyataan yang akan tertuang dalam kuesioner. Jawaban setiap butir pernyataan yang menggunakan skala likert dapat berupa kata-kata antara lain :

1. STS (Sangat Tidak Setuju) = 1
2. TS (Tidak Setuju) = 2
3. N (Netral) = 3
4. S (Setuju) = 4
5. SS (Sangat Setuju) = 5

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terlebih dahulu. Kebenaran variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya dengan simbol X. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel Y.⁹⁴

⁹⁴ M Ansori, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi 2 (Surabaya: Airlangga University Press, 2020).h. 13

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Konformitas (X ₁)	Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial. ⁹⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Normative Influence</i> 2. <i>Informational Influence.</i>⁹⁶ 	Likert
2.	Kontrol Diri (X ₂)	Kontrol Diri adalah kemampuan untuk mengendalikan, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu kearah konsekuensi positif . ⁹⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Behavior Control</i> 2. <i>Cognitive Control</i> 3. <i>Decisional Control.</i>⁹⁸ 	Likert

⁹⁵ Hendrawan, Rahayu, and I, "Konformitas Dan Kontrol Diri Perannya Terhadap Kepatuhan Pada Protokol Kesehatan Menjaga Jarak."

⁹⁶ Dara Ayu Nova Dezianti dan Fina Hidayati. "Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial". *Journal Psychology of Science and Profession*. Vol. 5, No. 2, Agustus 2021: 151-158

⁹⁷ Yolanda et al., "Hubungan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Pengguna Shopee."

⁹⁸ Mulyani dan Syamsu Yusuf L. N. "Bimbingan Kelompok Teknik Modeling untuk Meningkatkan *Self Control*". (2016).

3	Perilaku Konsumtif (Y)	Suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau hanya perasaan emosi. ⁹⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Impulsive Buying</i> 2. <i>Wasteful Buying</i> 3. <i>Non Rasional Buying</i>.¹⁰⁰ 	Likert
---	------------------------	---	---	--------

Sumber : Data diolah Penulis (Januari 2023)

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya kuesioner penelitian. Satu kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Adapun kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika r hitung $\geq r$ table maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika r hitung $\leq r$ table maka instrument atau item-item tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan

⁹⁹ Khoiriyah and Hakim, "Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Ditinjau Dari Konsep Diri Pada Mahasiswa."

¹⁰⁰ Ibid., hlm. 48

tidak valid).¹⁰¹

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner penelitian yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas juga digunakan untuk menguji konsistensi data yang dimiliki dalam jangka waktu tertentu, yakni untuk mengetahui sejauh apa pengukuran yang digunakan dapat diandalkan atau dipercaya. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one shot (Pengukuran sekali saja) yakni pengukurannya dilakukan hanya satu kali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cornbach Alpha* > 0,60, sedangkan untuk memudahkan perhitungan dalam uji reliabilitas ini digunakan alat bantu computer dengan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 25.¹⁰²

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menganalisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 25. Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik ini untuk memberikan kepastian bahwa analisis regresi linear berganda memiliki ketepatan dan estimasi yang konsisten.¹⁰³

Pengujian yang akan dilakukan dalam uji asumsi klasik adalah sebagai berikut :

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen (terikat), variabel independent (bebas), atau keduanya memiliki

¹⁰¹ Karin Aulia Putri dkk, “Pengaruh Physical Evidence Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Ke Museum Negeri Sumatera Selatan.”

¹⁰² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).h.51

¹⁰³ Ibid, hlm. 45

distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah erdistriusa normal atau mendekati normal. Menurut Ghozali suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dapat dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik.¹⁰⁴ Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25.

Menurut Duwi uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan menetapkan derajat keyakinan (α) sebesar 5%. Kriteria pengujian menurut Kolmogorov-Smirnov Test adalah:

- 1) Jika signifikan $> 0,05\%$ maka data tersebut berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikan $< 0,05\%$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.¹⁰⁵

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independent atau variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebassaling berkorelasi, maka variabel tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antara sesama variabel bebas lain sama dengan nol (0). Di dalam penelitian ini, Teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan ahwa tidak ada multikolinearitas diantara variabel independennya.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate Dengan SPSS*, Cet-4 (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006).

¹⁰⁵ Ibid, hlm 43

¹⁰⁶ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate Dengan SPSS*, Cet-4 (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006).

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bermaksud untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Model yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independent. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya $> 0,05$. Sebaliknya, terjadi heroskedastisitas apabila nilai signifikansinya $< 0,05$.¹⁰⁷

I. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor predictor dimanipulasi. Jadi, regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.¹⁰⁸ Dengan demikian model penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumtif

a = Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi Variabel Konformitas

b₂ = Koefisien Regresi Variabel Kontrol Diri

X₁ = Konformitas

X₂ = Kontrol Diri

¹⁰⁷ Imam Ghozali. h 142

¹⁰⁸ Ibid, h. 47

2. Uji Parsial (t)

Uji t merupakan suatu pengujian secara parsial terhadap variabel bebas (X) yaitu Konformitas dan Kontrol Diri dimana variabel independent atau bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu Perilaku Konsumtif berbelanja *online* dalam perspektif ekonomi islam. Cara mengartikan perhitungan secara statistik adalah dengan memperlihatkan hasil koefisien yang telah diperoleh dari perhitungan regresi sebelumnya. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan SPSS dan dengan kriteria sebagai berikut:¹⁰⁹

- a. Jika $P\text{value} < 0.05$ ($\alpha = 5\%$) berarti terdapat pengaruh variabel bebas (X) yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat (Y).
- b. Jika $P\text{value} > 0.05$ ($\alpha = 5\%$) berarti tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X) yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat Y

2. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji F merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara Bersama-sama atau simultan, maka dilakukannya pengujian signifikansi atau uji hipotesis terhadap regresi. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS.

Berdasarkan perhitungan regresi maka menghasilkan nilai F hitung yang kemudian digunakan untuk melakukan pengujian secara Bersama-sama atau simultan pada koefisien regresi. Selanjutnya nilai F hitung dibandingkan dengan nilai F table dengan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$), dan untuk kriteria uji F berdasarkan Pvalue adalah sebagai berikut :¹¹⁰

¹⁰⁹ Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM Dan Perilaku Karyawan Paradigma Positivistik Dan Berb Asis Pemecahan Masalah* (Jakarta: Raja grafindo Persada, 2008). h.138

¹¹⁰ *Ibid*

- a. Jika $P\text{value} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika $P\text{value} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji R^2 merupakan suatu pengujian untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam penelitian ini (Konformitas dan Kontrol Diri) terhadap variasi perubahan variabel terikat (Perilaku Konsumtif). Besarnya nilai kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi. Besaran koefisien determinasi adalah 0 (Nol) sampai dengan 1 (Satu). Apabila besaran nilai koefisien determinasi tersebut mendekati 0 (Nol) maka nilai koefisien determinasi suatu persamaan regresi tersebut memiliki tingkat kontribusi yang kecil antara variabel bebas terhadap variasi perubahan variabel terikat. Begitupun sebaliknya, apabila nilai koefisien determinasi tersebut mendekati 1 (Satu), maka nilai koefisien determinasi suatu persamaan regresi tersebut memiliki tingkat kontribusi yang besar antara variabel bebas terhadap variabel perubahan variabel terikat.¹¹¹

¹¹¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual SPSS*, 251.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Pada bulan Oktober 2023 peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden melalui google form. Proses ini berlangsung selama 15 hari, terhitung dari tanggal 03 Oktober 2023 hingga 17 Oktober 2023. Jumlah responden yang ditargetkan sebanyak 98 responden yaitu Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2022 yang pernah melakukan belanja *online*. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menghubungi responden secara langsung dan *online* melalui media sosial untuk mengirimkan link kuesioner. Dengan bantuan saudara dan para rekan di UIN Raden Intan Lampung, maka peneliti dapat menyebarkan kuesioner dengan lebih cepat dan mudah.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk melihat jawaban responden dari setiap pertanyaan dan variabel yang diteliti agar mudah dibaca dan dimengerti. Karakteristik responden dalam penelitian ini didasarkan pada jenis kelamin, usia, sumber uang saku, rata-rata uang saku perbulan, platform yang digunakan dalam berbelanja *online* dan produk yang sering di beli.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung maka terdapat 98 responden melalui penyebaran kuisisioner. Sebelum melakukan tahap analisis data terlebih dahulu penulis akan memberikan penjelasan mengenai keterangan-keterangan responden pada penelitian ini yang digambarkan sebagai berikut:

a. Deskripsi Responden berdasarkan jenis kelamin

Pengelompokan responden Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung berdasarkan jenis kelamin di bagi menjadi dua kategori. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1

Deskripsi Responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki – Laki	35	35,7%
2.	Perempuan	63	64,3%

Sumber : Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa jenis kelamin responden yang paling mendominasi adalah perempuan sebanyak 63 orang dengan jumlah persentase 64,3%. dan responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang dengan presentase 35,7%. Banyaknya responden perempuan dikarenakan perempuan sangat senang berbelanja, belanja untuk memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder, sehingga banyak para wanita yang merasakan kemudahan dan kenyamanan saat berbelanja *online*.

b. Deskripsi Responden berdasarkan usia

Pengelompokan responden Mahasiswa UIN raden Intan Lampung berdasarkan usia di bagi menjadi dua kategori. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.2

Deskripsi Responden berdasarkan usia

No	Tingkat Umur	Frekuensi	Presentase
1.	18 – 20 Tahun	10	10,1%
2.	21 – 25 Tahun	88	89,8%

Sumber : Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa usia responden yang paling mendominasi adalah pada usia 21-25 tahun sebanyak 88 orang dengan jumlah persentase 89,8%. Banyaknya responden yang berusia 21-25 tahun karena pada usia tersebut dinilai cukup untuk dapat menilai suatu barang tertentu secara objektif.

c. Deskripsi Responden berdasarkan sumber uang saku

Pengelompokan responden berdasarkan sumber uang saku di bagi menjadi dua kategori. Dapat di lihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3

Deskripsi Responden berdasarkan sumber uang saku

No	Sumber Uang Saku	Frekuensi	Presentase
1.	Orang Tua	80	81,6%
2.	Bekerja	18	18,4%

Sumber : Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden dengan sumber uang saku didominasi oleh responden dengan sumber uang saku dari orang tua yang berjumlah 80 orang dengan presentase 81,6%. Hal ini di karenakan responden masih mahasiswa yang dimana rata-rata dari mahasiswa masih menjadi tanggung jawab dari orangtua. Sehingga mahasiswa masih mendapatkan uang saku dari orangtuanya.

d. Deskripsi responden berdasarkan rata-rata uang saku perbulan

Pengelompokan responden mahasiswa UIN Raden Intan Lampung berdasarkan rata-rata uang saku perbulan di bagi menjadi empat kategori. Dapat dilihat pada tabel sebagai

berikut:

Tabel 4.4
Deskripsi responden berdasarkan rata-rata uang saku perbulan

No	Rata-Rata Uang Saku Perbulan	Frekuensi	Presentase
1.	100.000 – 300.000	14	14,3%
2.	400.000 – 600.000	27	27,6%
3.	700.000 – 1.000.000	40	40,8%
4.	> 1.000.000	17	17,3%

Sumber : Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukan bahwa responden dengan rata-rata uang saku perbulan didominasi dengan responden dengan uang saku perbulan 700.000 – 1.000.000 yang berjumlah 40 orang dengan presentase 40,8%. Hal ini dikarenakan kebanyakan dari mahasiswa UIN Raden Intan Lampung berdomisili di Bandar Lampung ataupun wilayah Lampung, jadi dengan uang saku 700.000 – 1.000.000 sudah dirasa cukup untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan primer.

e. Deskripsi responden berdasarkan platform yang digunakan dalam berbelanja online

Pengelompokan responden mahasiswa UIN Raden Intan Lampung berdasarkan aplikasi yang digunakan dalam berbelanja *online* di bagi menjadi lima kategori. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5

Berdasarkan responden berdasarkan aplikasi yang digunakan dalam berbelanja *online*

No	Aplikasi	Frekuensi	Presentase
1.	Shopee	78	78,6%
2.	Tiktok	24	24,5%
3.	Toko Pedia	3	3,1%
4.	Lazada	7	7,1%
5.	Lainnya	7	7,1%

Sumber : Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa aplikasi yang di gunakan responden dalam berbelanja *online* didominasi oleh aplikasi shopee dengan jumlah 78 orang dengan presentase 79,6%. Hal ini dikarenakan Shopee adalah salah satu aplikasi belanja yang sudah terpercaya dan besar, oleh karena itu mahasiswa sering berbelanja melalui Shopee. Kelebihan lainnya adalah Shopee menyediakan produk yang tidak kita temui di *offline* store, dan fitur voucher belanja yang sangat banyak, sehingga pengguna mendapat potongan harga yang lumayan murah dibandingkan dengan kita berbelanja secara *offline*.

f. Deskripsi responden berdasarkan produk yang sering dibeli

Pengelompokan responden mahasiswa UIN Raden Intan Lampung berdasarkan produk yang sering dibeli di bagi menjadi lima kategori. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6
Deskripsi responden berdasarkan produk yang sering dibeli

No	Produk yang Sering dibeli	Frekuensi	Presentase
1.	<i>Fashion</i>	62	62,3%
2.	<i>Make up</i>	22	22,4%
3.	<i>Skincare and bodycare</i>	32	32,7%
4.	Handphone dan Aksesorisnya	8	8,2%
5.	Lainnya	16	16,3%

Sumber : Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa produk yang sering di beli responden di dominasi oleh produk *fashion* dengan jumlah 62 orang dengan presentase 62,3%. Hal ini dikarenakan *fashion* adalah salah satu kebutuhan pokok khususnya bagi para mahasiswa karena *fashion* dapat membantu mahasiswa terlihat lebih rapih dan menarik. Tidak sedikit pula yang hanya mengikuti sebuah *trend fashion* yang ada di sosial media.

3. Deskripsi jawaban responden

Distribusi hasil jawaban responden yang telah dilakukan peneliti yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 98 Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Penulis akan menyampaikan hasil distribusi jawaban responden berdasarkan pembagiannya yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Konformitas (X1)

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan
Variabel Konformitas (X1)

Item Kuesioner	Jawaban					Total
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
X1.1	13	24	47	11	3	98
X1.2	13	32	28	14	11	98
X1.3	9	18	34	23	14	98
X1.4	11	10	42	20	15	98
X1.5	23	24	31	17	3	98
X1.6	32	30	21	10	5	98
X1.7	32	28	19	11	8	98
X1.8	17	16	42	19	4	98
X1.9	31	33	21	9	4	98
X1.10	35	26	22	8	7	98
X1.11	34	33	17	11	3	98

Sumber : Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan data dari tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa distribusi jawaban responden pada variabel Konformitas (X1), yang paling mendominasi terdapat pada item pertanyaan X1.1 yaitu responden yang menjawab “Netral” sebanyak 47 responden.

b. Variabel Kontrol Diri (X2)

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan
Variabel Kontrol Diri (X2)

Item Kuesioner	Jawaban					Total
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
X2.1	13	9	26	29	21	98
X2.2	35	36	18	6	3	98
X2.3	19	25	40	10	4	98
X2.4	16	29	36	14	3	98
X2.5	35	38	13	3	9	98
X2.6	9	20	41	20	8	98
X2.7	16	23	34	21	4	98
X2.8	24	46	16	6	6	98
X2.9	8	20	30	21	19	98
X2.10	39	36	11	6	6	98
X2.11	33	38	16	5	6	98
X2.12	5	13	29	35	16	98

Sumber : Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan data dari tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa distribusi jawaban responden pada variabel Kontrol Diri (X2), yang paling mendominasi terdapat pada item pertanyaan X2.8 yaitu responden yang menjawab “Setuju” sebanyak 46 responden.

c. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 4.9

Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Item Kuesioner	Jawaban					Total
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
Y.1	5	13	39	26	15	98
Y.2	9	14	17	33	25	98
Y.3	13	25	40	12	8	98
Y.4	12	6	21	37	22	98
Y.5	13	16	21	24	24	98
Y.6	6	18	19	23	32	98
Y.7	8	16	41	23	10	98
Y.8	18	24	46	7	3	98
Y.9	31	16	20	24	7	98
Y.10	12	23	38	15	10	98
Y.11	11	6	17	35	29	98
Y.12	13	15	30	19	21	98

Sumber : Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan data dari tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa distribusi jawaban responden pada variabel Perilaku Konsumtif (Y), yang paling mendominasi terdapat pada item pertanyaan Y.8 yaitu responden yang menjawab “Netral” sebanyak 46 responden.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item dalam kuesioner atau skala yang ingin diukur. Dalam menentukan valid atau tidaknya suatu item yang digunakan, yaitu dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Jika nilai r hitung $>$ dari r tabel artinya indikator dapat dinyatakan valid dan begitupun sebaliknya. Nilai r tabel yaitu $df = (n-2)$ dimana $n = 98$ yaitu: $98-2 = 96$ dan $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 0,198. Hasil uji menggunakan bantuan program IBM SPSS 25. Adapun hasil output perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Ket.
Konformitas (X1)	X1.1	0,502	0,198	Valid
	X1.2	0,242	0,198	Valid
	X1.3	0,303	0,198	Valid
	X1.4	0,267	0,198	Valid
	X1.5	0,543	0,198	Valid
	X1.6	0,504	0,198	Valid
	X1.7	0,571	0,198	Valid
	X1.8	0,399	0,198	Valid
	X1.9	0,611	0,198	Valid
	X1.10	0,559	0,198	Valid
	X1.11	0,645	0,198	Valid
	X2.1	0,209	0,198	Valid

Kontrol Diri (X2)	X2.2	0,626	0,198	Valid
	X2.3	0,642	0,198	Valid
	X2.4	0,458	0,198	Valid
	X2.5	0,568	0,198	Valid
	X2.6	0,408	0,198	Valid
	X2.7	0,533	0,198	Valid
	X2.8	0,627	0,198	Valid
	X2.9	0,264	0,198	Valid
	X2.10	0,601	0,198	Valid
	X2.11	0,668	0,198	Valid
	X2.12	0,253	0,198	Valid
	Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,699	0,198
Y.2		0,642	0,198	Valid
Y.3		0,493	0,198	Valid
Y.4		0,612	0,198	Valid
Y.5		0,639	0,198	Valid
Y.6		0,718	0,198	Valid
Y.7		0,609	0,198	Valid
Y.8		0,202	0,198	Valid
Y.9		0,795	0,198	Valid
Y.10		0,553	0,198	Valid
Y.11		0,789	0,198	Valid
Y.12		0,651	0,198	Valid

Sumber: Data SPSS 25 yang diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diatas secara keseluruhan item pertanyaan disetiap indikator dinyatakan valid. Hal ini terlihat bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) yaitu sebesar 0,198 sehingga instrumen dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, yang digunakan untuk mengukur variabel. Apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten meskipun diuji berulang-ulang. Dalam melakukan penelitian, uji reabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk mengukur reliabel atau tidak. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel (andal) jika memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Krisis	Ket.
Konformitas (X1)	11	0,739	0,6	Reliabel
Kontrol Diri (X2)	12	0,799	0,6	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	12	0,857	0,6	Reliabel

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* pada Variabel Konformitas (X1) sebesar 0,739, Variabel Kontrol Diri

(X2) sebesar 0,799, dan Variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,857.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang di uji bedistribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah yang berdistribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan *one sampel kolomogrov-smirnov test*. Dengan kriteria pengujian, jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Adapun hasil output uji normalitas menggunakan *one sample kolomogrov smirnov test* dapat dilihat pada tabel berikut:

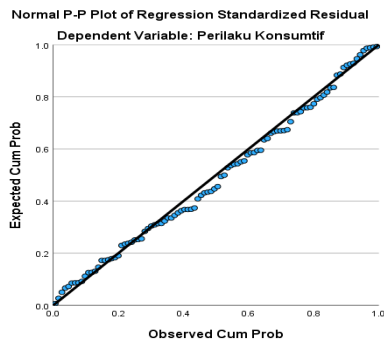
Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

<i>Unstandardizer Residual</i>	<i>Asymp Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
	0,200	Terdistribusi Normal

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah tahun 2023

Gambar 4.1

Grafik Uji Normalitas



Berdasarkan tabel 4.12 dan gambar 4.1 diatas diketahui bahwa hasil uji *kolomogrov smirnov*, diketahui bahwa nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari $> 0,05$, selain itu dari gambar grafik diatas juga memberikan interpretasi bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b.Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau tidak. Untuk melihat ada tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka model regresi tidak terjadi gejala multikolonieritas. Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Konformitas (X1)	0,548	1,826	Tidak Terjadi Gejala Multikolinieritas
Kontrol Diri (X2)	0,548	1,826	Tidak Terjadi Gejala Multikolinieritas

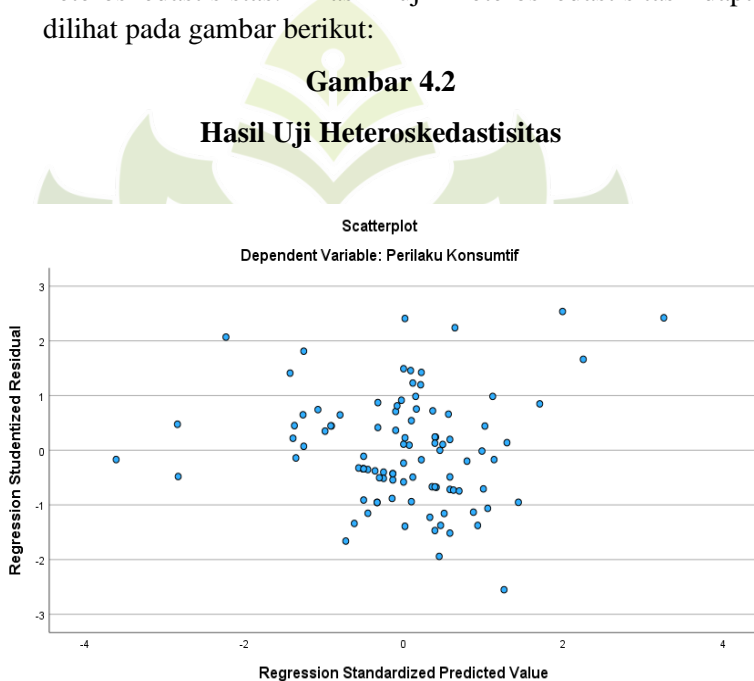
Sumber : Data SPSS 25 yang diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa hasil pengujian uji multikolinieritas adalah, Konformitas dengan nilai *tolerance* $0.548 > 0,1$ dan VIF sebesar $1.826 < 10$, Kontrol Diri dengan nilai *tolerance* $0.548 > 0,1$ dan VIF

sebesar $1.826 < 10$. Menunjukkan bahwa hasil dari masing-masing variabel memiliki nilai *tolerance* lebih dari $> 0,1$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari < 10 . Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas antar model regresi dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu kepengamatan lain. Jika varian dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber : Data SPSS 25 yang diolah tahun 2023

Berdasarkan Gambar 4.2 menunjukkan bahwa hasil pengujian uji heteroskedastisitas, diperoleh nilai o menyebar ke kanan kiri bawah dan atas hal ini dapat di nyatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk menyatakan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis data dengan menggunakan pengujian regresi linier berganda berfungsi untuk menjawab Hubungan Konformitas, Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Adapun hasil analisis regresi liner berganda penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)
(Constant)	24,704
Konformitas	0,629
Kontrol Diri	-0,373

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, diketahui hasil analisis regresi berganda, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 24,704 + 0,629X_1 - 0,373X_2$$

Model persamaan regresi linier berganda diatas akan di jelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (a) adalah sebesar 24,704 dan bernilai positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai konsisten

yang dimiliki perilaku konsumtif adalah 24,704.

- b. Nilai koefisien regresi variabel konformitas sebesar 0,629 menyatakan bahwa konformitas (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Yang artinya mengalami peningkatan sebesar satu satuan variabel. Maka perilaku konsumtif (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,629.
- c. Nilai koefisien regresi variabel kontrol diri -0,373 menyatakan bahwa apabila kontrol diri (X2) mempunyai pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Yang artinya mengalami kenaikan sebesar satu satuan variabel. Maka perilaku konsumtif (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,373. Tanda (-) menunjukkan bahwa apabila variabel X2 (Kontrol Diri) mengalami kenaikan, maka variabel Y (Perilaku Konsumtif) mengalami penurunan.

b. Uji Parsial (t)

Uji-t digunakan untuk menguji setiap variabel bebas, apakah mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat secara parsial. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%.

$$\begin{aligned}
 T \text{ table} &= (a / 2 ; n-k-1) \\
 &= 0,05/2 ; 98-2-1 \\
 &= 0,025 ; 95 \\
 &= 1,985
 \end{aligned}$$

- 1) Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
- 2) Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS 25 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji Parsial

Variabel	T _{hitung}	Sig.	Keterangan
Konformitas	3,806	0,000	H ₁ Diterima
Kontrol Diri	-2,582	0,011	H ₂ Diterima

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka hasil Uji t dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai t hitung untuk Variabel Konformitas (X1) adalah 3.836 dengan tingkat signifikasi 0,000. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,806 > 1,985$) dan nilai signifikasi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel konformitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif sehingga hipotesis 1 di terima.
- 2) Nilai t hitung untuk Variabel Kontrol Diri (X2) adalah -2,582 dengan nilai signifikasi 0,011. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-2,836 > 1,985$), nilai t (-) negatif menunjukkan bahwa X2 (Kontrol Diri) memiliki hubungan yang berlawanan arah dengan Variabel Y (Perilaku Konsumtif) dan nilai signifikasi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kontrol diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sehingga hipotesis 2 diterima.

c. Uji Simultan (F)

Uji F (uji simultan) digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Pengambilan keputusannya dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Berikut ini hasil dari uji F:

$$\begin{aligned} \text{Tabel f} &= f(k; n-k) \\ &= f(2; 98-2) \\ &= f(2; 96) \\ &= f = 3,09 \end{aligned}$$

Tabel 4.16
Hasil Uji Simultan

Variabel	F _{hitung}	Sig.	Keterangan
Konformitas (X1) Kontrol Diri (X2)	7,253	0,001	H ₃ Diterima

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah tahun 2023

Dari tabel 4.16 diatas diperoleh nilai F sebesar 7,253 Syarat sebuah model yang baik adalah apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Pada penelitian ini nilai F tabel diperoleh adalah sebesar 3,09. Karena $7,253 > 3,09$ dan memiliki nilai Sig. $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H₃ diterima yaitu varibel konformitas (X1), kontrol diri (X2) Secara Bersama-Sama (Simultan) Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

d. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana keseluruhan variabel independen (Konformitas dan Kontrol Diri) dapat menjelaskan variabel dependen (Perilaku Konsumtif). Adapun hasil uji R^2 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	0,793	0,629	0,621	2,179
a. Predictor : (Constant), Konformitas, Kontrol Diri				
b. Dependent Variabel : Perilaku Konsumtif				

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.17 diatas menunjukkan hasil dari uji determinasi menunjukan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,621 atau 62,1%. hal ini menunjukan besarnya kemampuan variabel bebas adalah 62,1%. sehingga dapat disimpulkan bahwa Konformitas, Dan Kontrol Diri mempengaruhi Perilaku Konsumtif sebesar 62,1% dan sisanya 37,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

Hasil Uji t yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 3,806 > t_{tabel} = 1,985$, maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Konformitas berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif sedangkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa variabel Konformitas berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa UIN Raden Lampung dan dinyatakan H1 dalam penelitian ini diterima.

Konformitas didefinisikan sebagai suatu penyesuaian perilaku remaja untuk menganut norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan kelompok yang mengatur cara remaja berperilaku sebagai konformitas. Seseorang melakukan konformitas terhadap perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat. Dalam pembentukan hubungan sebaya, banyak remaja bersedia melakukan berbagai perilaku demi pengakuan kelompok bahwa ia adalah bagian yang tidak akan terpisahkan dari kelompok tersebut. Keinginan yang kuat untuk melepaskan diri dengan orang tua membuat remaja mencari dukungan sosial melalui teman sebaya menjadi suatu sarana sekaligus tujuan dalam pencarian jati diri.¹¹²

Definisi tersebut sejalan dengan penelitian Indah Haryani, Jhon Herwanto “Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa jika konformitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai korelasi sedang. Sehingga apabila konformitas meningkat maka tingkat perilaku

¹¹² Meida Devi Wardani. 2009. *Hubungan Antara Konformitas dan harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*. Universitas sebelas Maret Surakarta. hlm. 9

konsumtif mahasiswi pun akan bertambah.¹¹³ Kemudian pada penelitian Muh Hasbi yang berjudul “ Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa konformitas pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial angkatan 2016. yang menjadi sampel penelitian ini mempunyai tingkat konformitas pada kategori sedang dan perilaku konsumtif rendah.¹¹⁴

Dari pembahasan tersebut penulis menganalisis bahwa variabel X1 atau Konformitas ini berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yang artinya semakin meningkat konformitas yang dimiliki oleh mahasiswa dalam berbelanja *online* maka semakin meningkat pula perilaku konsumtif yang dihasilkan dari mahasiswa tersebut, begitupun sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*.

2. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

Hasil Uji t yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} = -2.852 > t_{tabel} = 1,985$, nilai t (-) negatif menunjukkan bahwa X2 (Kontrol Diri) memiliki hubungan yang berlawanan arah dengan Variabel Y (Perilaku Konsumtif) maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kontrol Diri berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil positif atau negatif hanya menunjukkan arah pengujian hipotesis dan linieritas bukan menunjukkan jumlah (Sarwono, 2007).¹¹⁵ Sedangkan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa variabel Kontrol Diri berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kontrol

¹¹³ Indah Haryani dan Jhon Herwanto. *Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi*. Vol 11. No 1 (2015).

¹¹⁴ Muh Hasbi. *Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016*. Vol 13. No 3. Hlm 11

¹¹⁵ Sarwono, Jonathan. (2007). *Analisis Jalur Untuk Riset Dan Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.

Diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa UIN Raden Lampung dan dinyatakan H2 dalam penelitian ini diterima.

Kontrol Diri adalah suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan suatu tindakan. Individu dengan kontrol diri tinggi sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilakunya sesuai dengan permintaan situasi sosial yang kemudian dapat mengatur kesan yang dibuat perilakunya lebih responsif terhadap petunjuk situasional, lebih fleksibel, berusaha untuk memperlancar interaksi sosial, bersikap hangat dan terbuka.¹¹⁶

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kumalasari dan Yohanes yang berjudul “ Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang”. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa Kontrol diri mahasiswa ternyata berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Mahasiswa yang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi, maka tingkat perilaku konsumtifnya rendah.¹¹⁷ Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni dan Maryanti yang berjudul “ Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul ” yang mengatakan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikansi antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki pengendalian diri yang baik akan mampu mengurangi perilaku

¹¹⁶ Sofia, L. (2012). *Hubungan Konsep Diri Dan Kematangan Emosi Dengan Motivasi Berprestasi*. Psikostudia: Jurnal Psikologi, 1(2), 81-90.

¹¹⁷Dewi K dan Yohanes. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. Vol.12., No.1.

konsumtif. Hal ini terjadi karena mahasiswa dapat mengontrol perilaku dan keputusannya. hingga dapat mengurangi perilaku konsumtif yang terjadi.¹¹⁸

Dari pembahasan tersebut penulis menganalisis bahwa variabel X2 atau Kontrol Diri ini berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif yang artinya semakin meningkat sikap kontrol diri yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online* begitupun sebaliknya semakin rendah sikap kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*.

3. Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

Berdasarkan hasil uji simultan yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa uji hipotesis simultan pada penelitian ini adalah pada hubungan Konformitas (X1), Kontrol Diri (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) nilai F hitung yang diperoleh adalah 7,253 nilai F tabel pada tingkat signifikansi 0.05 adalah 3.09 sehingga F hitung ($7,253 > 3,09$). Dengan demikian koefisien signifikan H3 diterima, artinya Konformitas (X1), Kontrol Diri (X2) beserta dengan indikatornya berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) beserta dengan indikator-indikatornya secara simultan.

Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dengan konformitas yang tinggi serta memiliki kontrol diri rendah sama-sama memiliki keyakinan besar pada tanggapan orang lain seperti kelompok. Mahasiswa membenarkan mode atau *trend* yang tengah diterapkan oleh kelompoknya dan memutuskan untuk mengikutinya, hal ini bertujuan untuk keperluan keterpaduan dengan tanggapan umum. Keputusan berdasarkan

¹¹⁸ Anggreini, R & Mariyanti, S. (2014). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Jurnal Psikologi. (12) 1, 34-42

kontrol yang rendah mewujudkan terjadinya berbelanja hanya dengan menjaga status sosial, penilaian orang, serta gengsi semua. Hal ini termasuk perilaku konsumtif secara mendasar, yaitu dilakukan hanya untuk mencapai kepuasan semata berdasarkan aspek perilaku konsumtif.¹¹⁹

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terbaru mengenai kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif dilakukan oleh Yulita, Y yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Pengiriman Makanan Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh antara ketiga variabel bebas terhadap perilaku konsumtif.¹²⁰ Penelitian ini dilakukan pada generasi milineal yang lebih identik dengan hal instan terutama dalam hal pembelian makanan secara *online*. Penelitian serupa oleh Dewinda, C. & Susilarini, T yang berjudul “Hubungan antara Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik Lipstick Maybelline”. Korelasi multivariat pada uji regresi diketahui koefisien determinasi *R square* sebesar 0,453 dan berdasarkan regresi korelasi multivariat diperoleh nilai koefisien korelasi $R = 0,673$ dan $p = 0,000$ yang berarti ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif.¹²¹

Dari pembahasan diatas penulis menganalisis bahwa variabel X1 (Konformitas) dan X2 (Kontrol Diri) berpengaruh secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif yang artinya semakin meningkat konformitas pada mahasiswa maka semakin meningkat pula perilaku konsumtif nya dalam berbelanja *online*. Kemudian semakin tinggi kontrol diri pada mahasiswa maka

¹¹⁹ Faizah, Ainun. 2020. Pengaruh Kemudahan *E-commerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

¹²⁰ Yulita, Y. (2022) Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi *Online Food Delivery* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

¹²¹ Dewinda dan Susilarini. 2021. Hubungan Antara Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Lipstick Maybelline.

semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*. dikarenakan hal ini menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Dari hasil tersebut maka mahasiswa dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya dalam pergaulan sehingga menghindari penolakan teman sebaya membuat mahasiswa mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok teman sebaya agar diterima dengan baik. Mengikuti pola hidup konsumtif dalam kelompok teman sebaya dibutuhkan adanya pengendalian diri dalam mengelola keuangan. Pengendalian diri oleh mahasiswa mampu mengontrol pengeluaran dengan melawan keinginan maupun dorongan dalam menghabiskan uang secara berlebihan yang berdasarkan keinginan bukan kebutuhan.

4. Konformitas, Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsumsi adalah suatu kegiatan manusia mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, baik secara berangsur-angsur maupun sekaligus. Pihak yang melakukan konsumsi disebut konsumen. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh karena itu, kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Sebab, mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan juga mengabaikan penegakan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan. Dalam sistem perekonomian, konsumsi memainkan peranan penting. Adanya konsumsi akan mendorong terjadinya produksi dan distribusi. Dengan demikian akan menggerakkan roda-roda perekonomian.¹²²

Teman yang merupakan sebuah istilah kecil tetapi memiliki pengaruh yang besar dalam diri seseorang, dengan

¹²² HendrieAnto. Pengantar Ekonomi Mikro Islam (Yogyakarta: Ekonosia, 2003)

adanya teman seseorang untuk menjalani hidup menjadi lebih berwarna dan memiliki kesan tersendiri. Islam merupakan agama yang sempurna, mengatur semua aspek kehidupan yang berlandaskan Al-Quran dan Al-Hadist. Salah satunya muamalah, semua kegiatan muamalah itu boleh dilakukan, kecuali yang ada larangan tegas dari Allah dan rasul Nya. Larangan itu biasanya dimaksudkan untuk kemaslahatan. Muamalah diantaranya kegiatan ekonomi, dimana ekonomi adalah cabang ilmu yang membahas terkait dengan aktivitas baik secara individu ataupun bermasyarakat. Dalam pandangan Islam, ekonomi adalah ilmu yang membahas tentang upaya mengadakan dan meningkatkan produktivitas barang dan jasa. Dengan demikian maka ekonomi dalam Islam yaitu aktivitas yang berkaitan dengan cara memproduksi, distribusi dan konsumsi sesuai dengan ajaran Islam.¹²³

Pada preferensi konsumsi islami harus konsisten dalam pemenuhan kebutuhannya, yang terdiri dari: *daruriyyah* (kebutuhan pokok), *hajiyyah* (kebutuhan kesenangan), dan *tahsiniyah* (kebutuhan mewah):

d. *Daruriyyah* (kebutuhan pokok)

Kebutuhan pokok atau daruriyyah adalah kebutuhan yang wajib adanya yang harus dipenuhi agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup manusia.

e. *Hajiyyah* (Kebutuhan sekunder)

Kebutuhan ini dapat terpenuhi setelah kebutuhan pokok terpenuhi, kebutuhan yang diperoleh manusia dengan maksud untuk mempermudah kehidupan, dan mengurangi kesulitan- kesulitan dalam kehidupan.

f. *Tahsiniyah* (Kebutuhan tersier)

¹²³ Sangadji, Etta Mamang, Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013.

Kebutuhan yang dapat menciptakan kebaikan dan kesejahteraan dalam kehidupan manusia, pemenuhan kebutuhan ini tergantung pada pemenuhan kebutuhan pokok dan sekunder, jika kedua kebutuhan itu sudah terpenuhi maka boleh memenuhi kebutuhan tersier.¹²⁴

Sedangkan perilaku konsumsi dalam Islam harus memiliki tujuan yaitu pencapaian *maslahah* bukan *utilitas*. Memperoleh manfaat dan keberkahan dalam mengkonsumsi itu hal terpenting, dimana konsumen memperoleh manfaat pada saat terpenuhi kebutuhan psikis dan keberkahan diperoleh ketika mengkonsumsi barang dan jasa yang diharamkan oleh syariat Islam. dan banyak manfaat yang didapatkan bagi konsumen yang memakan makanan halal dan baik.

Allah SWT berfirman dalam Al-Quran surat al-Araf ayat 31:

﴿يَبْنَىءَ آءَءَمَ خُءُوْا زِيْنَتَكُمْ عِيْنَدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا ؕ وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. (QS.Al- Araf [7]:31)

Berdasarkan ayat diatas bahwa Allah SWT tidak menyukai sesuatu yang berlebih-lebihan termasuk didalamnya adalah konsumsi. Dan sesungguhnya kesejahteraan yang hakiki menurut Imam Al- Ghazali tergantung kepada lima tujuan dasar hidup yakni kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), property atau

¹²⁴ S Aftika, H Hanif, Y Devi. Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopeepaylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2022.

harta benda (*al mal*), keyakinan (*al- din*) intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nasl*). Islam juga mengajarkan kepada umatnya agar dalam bekonsumsi harus lebih mengutamakan kebutuhan pokok berorientasi pada *Falah*.¹²⁵

Sebagaimana dijelaskan bahwa preferensi konsumsi yang Islami memiliki pola dalam pemenuhan kebutuhannya. Yang dijelaskan bahwa adanya pilihan yakni mengutamakan akhirat dari pada dunia. Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap manusia, sumber daya dan ekologi. Dalam hal ini seorang muslim akan dihadapkan kepada konsumsi yang bersifat duniawi dan ibadah. Akan tetapi jika seorang muslim yang rasional, yaitu orang beriman akan mengalokasikan anggaran lebih banyak untuk akhirat dari pada untuk duniawi. Karena sesungguhnya Allah memperkenankan hambanya menikmati kekayaan sebagai wujud syukur kepadanya dan sebagai sarana untuk mendukung ibadah.¹²⁶

Dari pembahasan tersebut penulis menganalisis bahwa Dampak dari perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung adalah hidup menjadi boros, banyak barang yang tidak terpakai, dan bisa menyebabkan kecemburuan sosial. Dalam Islam sendiri perilaku konsumtif sangat dibenci oleh Allah SWT, karena Allah tidak menyukai seorang hamba yang berperilaku seperti itu atau mengahambur-hamburkan sesuatu yang tidak sesuai kebutuhan. Dalam Q.S. Al-Isra pun terlihat jelas bahwa Allah SWT menyampaikan orang yang boros adalah saudara setan dan setan sangat mungkar pada Allah SWT. jika pondasi tersebut sudah tertanam dan menjadi acuan hidup dalam setiap mahasiswa UIN Raden Intan

¹²⁵ Said, Salim, *Terjemahan singkat Tafsir Ibnu Katsir*, Surabaya: PT Bina Ilmu, 2004.

¹²⁶ Schiffman, Kanuk, *Consumer Behavior*, 1994, dikutip oleh Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2012

Lampung yang merupakan agen pertama dalam merubah kehidupan dimasa yang akan datang dari berbagai kegiatan, khususnya dalam kegiatan konsumsi atau belanja secara *online* maka tujuan hidup peribadi seorang muslim bukan untuk kesenangan atau kepuasan semata, akan tetapi untuk mencapai *Maslahah* dan *Falah*.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung) adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat Pengaruh Positif dan Sinifikan pada Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Hal ini dapat diartikan bahwasannya dengan tingginya konformitas pada mahasiswa dapat menimbulkan munculnya perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*, perilaku yang dapat merugikan diri sendiri. Semakin tinggi Konformitas pada mahasiswa akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif dalam berbelanja *online*.
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat Pengaruh Negatif Dan Signifikan Pada Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Hal ini dapat diartikan bahwasannya semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif dalam berbelanja *online*. Begitupun sebaliknya semakin rendah kontrol diri yang dimiliki mahasiswa makan akan semakin tinggi perilaku konsumtif dalam berbelanja *online*.
3. Konformitas dan Kontrol Diri secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Yang artinya mahasiswa dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya dalam pergaulan sehingga menghindari penolakan teman sebaya membuat mahasiswa

mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok teman sebaya agar diterima dengan baik. Mengikuti pola hidup konsumtif dalam kelompok teman sebaya dibutuhkan adanya pengendalian diri dalam mengelola keuangan . Pengendalian diri oleh mahasiswa mampu mengontrol pengeluaran dengan melawan keinginan maupun dorongan dalam menghabiskan uang secara berlebihan yang berdasarkan keinginan bukan kebutuhan.

4. Perspektif Ekonomi Islam mengenai Konformitas, Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* mahasiswa ketika melakukan tindakan perilaku konsumsi belum sepenuhnya sesuai dengan tindakan ekonomi Islam. Namun dalam penerapannya tindakan perilaku konsumsi yang dilakukan oleh Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung belum sesuai dengan syariat islam yang mana masih mementingkan keinginan bukan kebutuhan. Dengan adanya Kontrol Diri dalam menekan perilaku konsumsinya maka akan mengurangi perilaku konsumtifnya begitupun sebaliknya. Dalam ekonomi Islam kebutuhan harus berorientasi pada kebutuhan yang rasional yang positif sesuai syariat-syariat islam yang berlandaskan pada firman Allah SWT dalam surat al-A'raf ayat 31.

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka rekomendasi yang dapat penulis berikan kepada pihak-pihak yang terkait antara lain sebagai berikut :

1. Secara Praktis

Bagi para mahasiswa UIN Raden Intan Lampung diharapkan agar lebih mampu mengelola keuangan bulanan yang diberikan orangtua dengan sebaik mungkin guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan selama perkuliahan dan mempunyai skala prioritas dalam melakukan pembelian produk secara *online*. Dengan cara mencatat semua pengeluaran dan

memisahkan budget antara kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder.

2. Secara Akademis

Bagi akademisi, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengadakan workshop atau seminar mengenai management keuangan atau memperkenalkan budaya perilaku konsumtif serta dampak dari perilaku tersebut.

3. Secara Teoritis

a. Bagi peneliti

Digunakan sebagai langkah awal bagi peneliti untuk menerapkan pengetahuan berupa teori-teori dibidang Manajemen Keuangan yang didapatkan di bangku kuliah khususnya berkaitan dengan masalah yang menjadi objek penelitian dan penerapannya.

b. Bagi peneliti selanjutnya

- 1) Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel lain yang mungkin ikut mempengaruhi perilaku konsumtif.
- 2) Hasil penelitian ini sekiranya dapat dijadikan acuan bagi penelitian lain untuk mengembangkan penelitian dan melakukan perbaikan lagi untuk peneliti sebelumnya.



DAFTAR RUJUKAN

BUKU

- Algifari, Analisis Regresi (Yogyakarta: Bpuf Ugm, 2000)
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008)*
- Darma Budi, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R²)* (Guepedia,2021).”
- Flippo, Edwin B. "Manajemen Sumber Daya Manusia." *Jakarta. PT. Gelora Aksara Pratama (2000).*
- Hardani, Dkk Ahyar. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Cv Pustaka Ilmu Group, 2020)”
- Husain Umar “ *Metode penelitian untuk Skripsi dan tesis Bisnis*” (*Jakarta: PT Rajagrafindo Persada:2008*),181.”
- Imam Ghazali, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006)”
- Peter Paul J, Olson Jerry C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran (consumer behavior & marketing strategy)*. Jakarta: Salemba Empat
- Wardani. (2021). *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. Penerbit NEM.

JURNAL

- Abdul, Dadan, Aziz Mubarak, Program Studi, Manajemen Sekolah, Tinggi Ilmu, Ekonomi Indonesia, and Minat Beli. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen” 15, no. 3 (2016): 61–76.
- Abadi, A. F. P., Utomo, S. W., & Yusdita, E. E. (2020). Studi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5(2), 264. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.4625>

- Achi, R., & Yulistia, D., (2022). “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas Dan Transparansi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Propinsi Lampung),” *Al-Mal: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 3, no. 1: 64–84.
- Adiputra, I Made Pradana. “Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif,” no. 32 (2017): 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>.
- Ajat, R. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif, Quantitative Research Approach (1st ed.)*. Sleman: DEEPUBLISH.
- Amaliyah, R., & Witiastuti, R. S. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Umkm Kota Tegal. *Management Analysis Journal*, 4(3), 252–257. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i3.8876>
- Anggraini, Putri Permata. “Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam Pembelian Jilbab Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi Angkatan 2018 Skripsi,” 2022.
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal psikologi*, Vol.12 No.1
- Ayu, Dara, and Nova Dezianti. “Generasi Milenial The Influence Of Conformity On Consumptive Behavior Of” 5, no. 2 (2021): 151–58.
- Baron, R. A., & Branscombe, N. R. (2012). *Social Psychology (13th ed.)*. Pearson Education.
- Bermudez, J. L. (2018). Self-Control, Decision Theory, and Rationality – New Essays. (J. L. Bermudez, Ed.), *Journal of Economic Methodology* (Vol. 27). CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS. <https://doi.org/10.1080/1350178x.2020.1729531>
- Blankstein, K. R., & Polivy, J. (1982). Self-Control and Self-Modification of Emotional Behavior Advances in the Study of.

- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 43(8), 107–128. <https://doi.org/10.3788/CJL201643.0811001>
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Fitriyani, Nur, Presetyo Budi Widodo, and Nailul Fauziah. “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang,” n.d., 55–68.
- Fungky, T., Sari, T. P. ., & Sanjaya, V. F. . (2022). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 82-98. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.71>
- Harahap, Dedy, and Dita Amanah. “Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus.” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 9 (September 2018): 193–213. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>.
- Haryani, I., & Herwanto. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, Vol.11 No.1.
- Hendrawan, Muhammad Maulana Malik, Anizar Rahayu, and Universitas Persada Indonesia Y A I. “Konformitas Dan Kontrol Diri Perannya Terhadap Kepatuhan Pada Protokol Kesehatan Menjaga Jarak” 1, no. 74 (n.d.): 21–29.
- Husnia Annafila, F., & Zuhroh, L. . (2022). A Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Islam Raden rahmat Malang. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 20–27.
- Indarti, K., & Canda Sakti, N. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Di Sma Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan*

- Ekonomi (JUPE), 5(3).
- Indra, M., & Cahyaningrum, I. (2019). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kang, I., Cui, H., & Son, J. (2019). Conformity consumption behavior and FoMO. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17). <https://doi.org/10.3390/su11174734>
- Khoiriyah, Siti Febiyanti, and Zun Azizul Hakim. "Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Ditinjau Dari Konsep Diri Pada Mahasiswi" 4, no. 1 (2021): 21–37.
- Mardani, *Ayat-ayat dan Hadist Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Margono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, Rineka, Cipt 2004.
- Mufarizzaturrizkiyah, Aziz, A., & Leliya. (2020). *E – Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim*. (E. Kurnaesi & M. Rana, Eds.). Cirebon: CV. ELSI PRO.
- Muri, Y. (2014). *Metode Penelitian*. Kencana.
- Mutrofin, L. (2018). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kontrol Diri Dan Responden Pada Iklan Terhadap Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 1
- Oktafikasari, Eva, and Amir Mahmud. "Economic Education Analysis Journal" 6, no. 3 (2017): 684–97.
- Pabundu, Moh. Tika, *Metodelogi Riset Bisnis*, Jakarta, PT. Bumi Aksa. 2006.
- Prasetijo, Ristiyanti, John J, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2012.
- Priyatno, Duwi, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis dan Penelitian SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2010.
- Pujiyono, Arif, "Teori Konsumsi Islam", *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 3 No 2 Desember 2006.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). *Ekonomi*

Islam, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

- Quurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *JAF- Journal of Accounting and Finance*, 3(1), 46. <https://doi.org/10.25124/jaf.v3i1.2167>
- Riyadi, S., & Pritami, D. (2018). the Impact of Financial Literacy, Consumptive Behavior and M Banking Services on Savings Management. *International Journal of Advanced Research*, 6(10), 88–94. <https://doi.org/10.21474/ijar01/7789>
- Romadloniyah, A., & Setiaji, K. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 50–64. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>
- Sa'adah, D. N., & Handayani, A. (2021). Hubungan antara Kepercayaan Diri dan Konformitas Kelompok dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Bidikmisi UNISSULA. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*, 224–233.
- Salsabila, R., & Nio, S. R. (2019). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas hukum ubh pengguna shopee, 1–12.
- Sari, D. E. (2018). Pendidikan Literasi Keuangan melalui Program Kemitraan dengan Bank untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 28(1), 22–30.
- Smet, B. (1994). *Psikologi kesehatan* /Bart Smet. Jakarta: Grasindo.
- Strömbäck, C., Lind, T., Skagerlund, K., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2017). Does self-control predict financial behavior and financial well-being? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 14, 30–38. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.04.002>
- Sokalia, Putu, and Dewi Puri. “Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) Di Denpasar,” n.d., 144–55.

- Sonia, A., Hanif, H., Yulistia, D., (2022). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah. *jurnal manajemen bisnis islam*. <http://dx.doi.org/10.24042/revenue.v3i1.11228>
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. (Sutopo, Ed.) (2nd ed.). Bandung: Alfabeta
- Tifani. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Diskon Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Palembang. *Jurnal Ilmiah PSYCHE Vol.8 No.2 Hal 90-100 Palembang* : Universitas Bina Dharma.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Empati*, 7(2), 189–195.
- Yolanda, Velda, Al Thuba, Septa Priyanggasari, Fakultas Psikologi, and Kota Malang. “Hubungan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Pengguna Shopee,” no. September (2022): 3670–79.
- Yuliantari Indah, M., Herdiyanto Kartika Y. (2015). Hubungan Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol.2 No.1.
- Yulita, Ati Sumiati dan Sri Zulaihati. “*Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Online Food Delivery Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri*,” n.d.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*, VI, 11–26

WEBSITE

<https://www.google.com/search?q=proyeksi+penjualan+e+commerce+2022+di+di+asia+tenggara&tbm=isch&ved=2ahUKEwiEmdD64dP8AhX5KrcAHR0AC80Q2-cCegQIABAA>

Internet Addiction and Students: Implications for School Counselor.
https://www.counseling.org/Resources/Library/VISTAS/2010VOnline/Article_61.pdf

Sejarah Singkat IAIN Raden Intan Lampung, *Online*. tersedia di:
<https://www.radenintan.ac.id/profil>





LAMPIRAN

Lampiran 1

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.
Sebelumnya perkenalkan,

Nama : Merliana Widyawati
Npm : 1951040113
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan
Lampung

Sehubungan dengan penelitian yang tengah saya lakukan sebagai syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi, saya memohon teman-teman semua dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Jawaban jujur yang teman-teman berikan akan berguna bagi penelitian yang sedang saya lakukan. Atas bantuan dan perhatian teman-teman yang telah berkenan mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jurusan :
3. Jenis kelamin : Pria Wanita
4. Usia saat ini : (pilih salah satu dibawah ini)
 18 thn – 20 thn

21 thn – 25 thn

5. Dari mana sumber uang saku anda ?

Orang tua

Bekerja

6. Berapa rata-rata uang saku anda perbulan ?

100.000 – 300.000

400.000 – 600.000

700.000 – 1.000.000

> 1.000.000

7. Platform apa yang anda gunakan dalam berbelanja *online* ?

Shoppe

Tiktok

Toko Pedia

Lazada

Lainnya

8. Produk apa yang sering anda beli ?

Fashion

Make Up

Skincare and Bodycare

Handphone dan Aksesorisnya

Lainnya

B. Petunjuk pengisian:

1. Bacalah sejumlah pernyataan di bawah ini dengan teliti.
2. Anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan anda secara objektif dengan memberi tanda silang (\surd) pada salah satu kriteria untuk setiap pernyataan yang menurut Anda paling tepat.
3. Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar-salah melainkan menunjukkan kesesuaian penilaian Anda terhadap isi setiap pernyataan.
4. Skala pengukuran mempunyai nilai 1-5 dengan pilihan jawaban sebagai berikut:
 - Skor 1: Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Skor 2: Tidak Setuju (TS)
 - Skor 3: Netral (N)
 - Skor 4: Setuju (S)
 - Skor 5: Sangat Setuju (SS)
5. Dimohon dalam memberikan penilaian tidak ada pernyataan yang terlewatkan.
6. Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademis saja. Identitas dari Anda akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti.

C. Pernyataan

No	PERNYATAAN					
Konformitas (X1)		STS	TS	N	S	SS
Normative Influence						
1	Saya merasa lebih puas jika membeli barang di tempat teman-teman saya biasa belanja					
2	Saya merasa lebih senang sekali jika saya mengenakan pakaian yang syariah sesuai dengan <i>trend</i>					
3.	Saya lebih suka mengikuti mayoritas orang					

4	Jika seseorang mempengaruhi saya, saya cenderung mengubah pendapat dan mengikuti mereka					
5	Saya tidak mengandalkan dan tidak bertindak atas saran orang lain					
6	Saya merasa tidak harus sama dengan teman yang lain					
Informational Influence						
7	Saya tidak mengikuti keinginan teman jika sudah menyangkut prinsip pribadi					
8	Saya akan membeli model pakaian yang sedang <i>trend</i> saat ini					
9	Saya yakin dengan penampilan muslimah walaupun berbeda dengan teman saya					
10	Saya lebih suka menentukan jalan hidup saya sendiri					
11	Saya tidak khawatir jika teman-teman menganggap penampilan saya berbeda dengan mereka					
Kontrol Diri (X2)						
Behavior Control						
12	Saya melakukan apa yang di senangi oleh teman-teman walaupun saya tidak suka dengan peraturannya					
13	Dalam mengambil suatu keputusan saya selalu					

	memikirkan akibatnya					
14	Saya pandai menahan godaan					
15	Saya tidak akan memusuhi teman yang memusuhi saya					
16	Saya menolak hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat islam					
17	Saya kesulitan menghentikan kebiasaan buruk					
<i>Cognitive Control</i>						
18	Saya selalu berfikir positif ketika mendengar ejekan atau komentar tentang saya					
19	Dalam bertindak saya selalu mentaati norma-norma yang berlaku didalam masyarakat					
20	Jika saya sedang marah, tindakan apapun akan saya lakukan					
<i>Decision Control</i>						
21	Walaupun saya capek, saya tetap melaksanakan tanggung jawab saya sebagai mahasiswa					
22	Saya selalu megambil hikmah dari kejadian yang saya alami					
23	Saya tetap pergi keluar bersama teman-teman walaupun dilarang oleh orang tua					
Perilaku Konsumtif (Y)						
<i>Impulsive Buying</i>						
24	Saya akan segera membeli apa yang ditawarkan teman saya					
25	Ketika membeli barang saya					

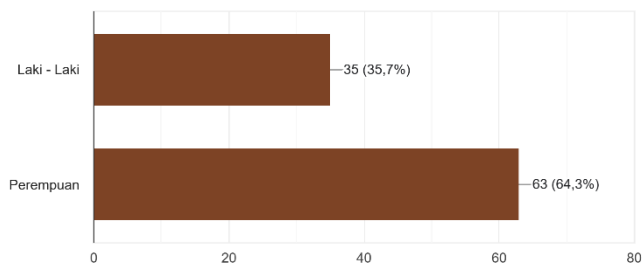
	tidak selalu memikirkan terlebih dahulu kebutuhan tersebut					
26	Saya mudah tertarik membeli barang-barang yang di tawarkan di toko-toko <i>online</i>					
27	Saya tetap berbelanja meskipun uang saku saya tinggal sedikit					
Wasteful Buying						
28	Saya tidak membiasakan diri untuk hidup hemat jika memiliki banyak uang					
29	Lebih baik saya menabung daripada harus menghabiskan uang untuk berbelanja					
30	Terkadang saya meminjam uang ke teman saya untuk berbelanja jika uang saku saya habis di akhir bulan					
31	Saya tidak berfikir dua kali ketika membeli barang yang promo di <i>online shop</i>					
32	Saya terbiasa hidup hemat sesuai dengan syariat islam					
Non Rasional Buying						
33	Jika saya melihat teman lain memiliki barang baru saya segera membeli walaupun belum di butuhkan					
34	Saya merasa bangga menggunakan barang <i>branded</i>					
36	Saya membeli suatu produk yang memang saya butuhkan					

LAMPIRAN 2

Jawaban Responden

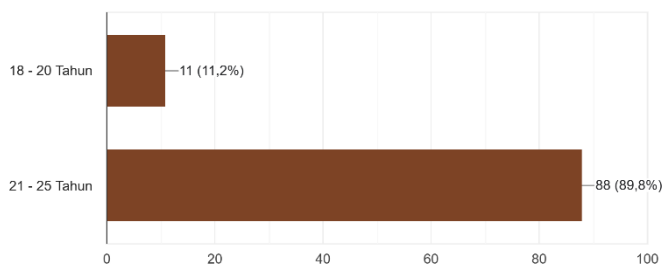
Jenis Kelamin

98 jawaban



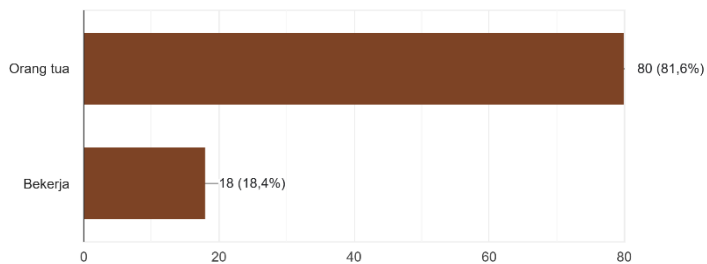
Usia

98 jawaban



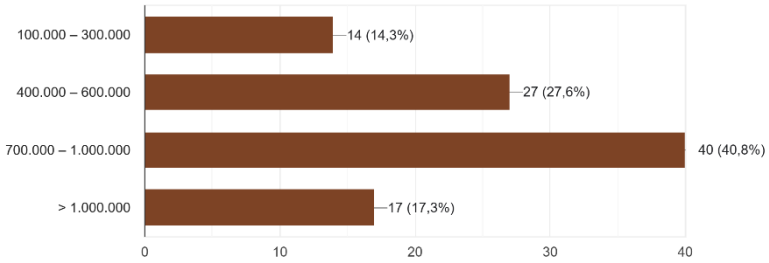
Dari mana sumber uang saku anda ?

98 jawaban



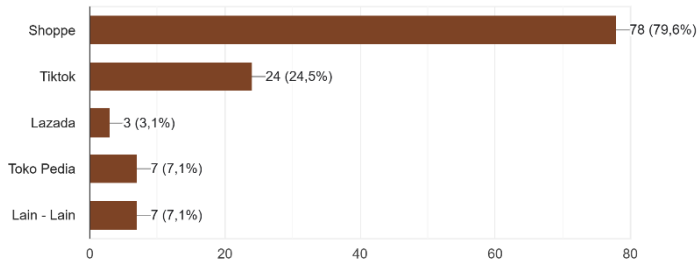
Berapa rata-rata uang saku anda perbulan ?

98 jawaban



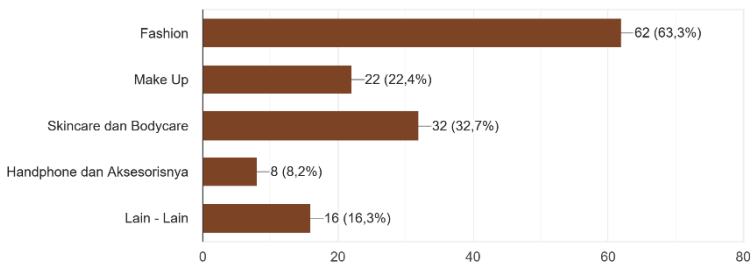
Platform apa yang anda gunakan dalam berbelanja online ?

98 jawaban



Produk apa yang sering anda beli ?

98 jawaban



	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.000	.000	.000	.058	.000	.000		.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	
Y.1	Pearson Correlation	.398*	.295*	.164	.312*	.324*	.512*	.369*	.013	.523*	.344*	.486*	1	.651*
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.107	.002	.001	.000	.000	.900	.000	.001	.000		.000
2	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
	Pearson Correlation	.699*	.642*	.493*	.612*	.639*	.718*	.609*	.202*	.795*	.553*	.789*	.651*	1
Total_Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.046	.000	.000	.000	.000		
	N	98	98	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).

D. Uji Reliabilitas Variabel Konformitas (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	11

E. Uji Reliabilitas Variabel Kontrol Diri (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	12

F. Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	12

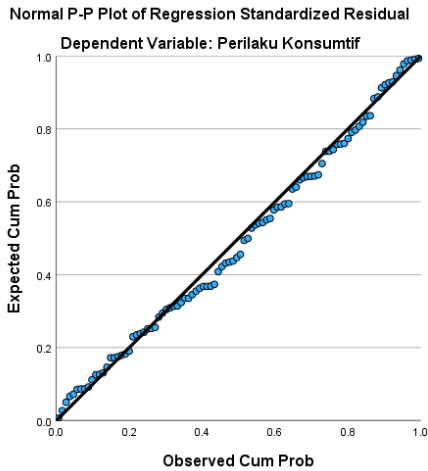
LAMPIRAN 4

Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		8,73161252
Most Extreme Differences	Absolute		,067
	Positive		,067
	Negative		-,034
Test Statistic			,067
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		,345
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,333
		Upper Bound	,357

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

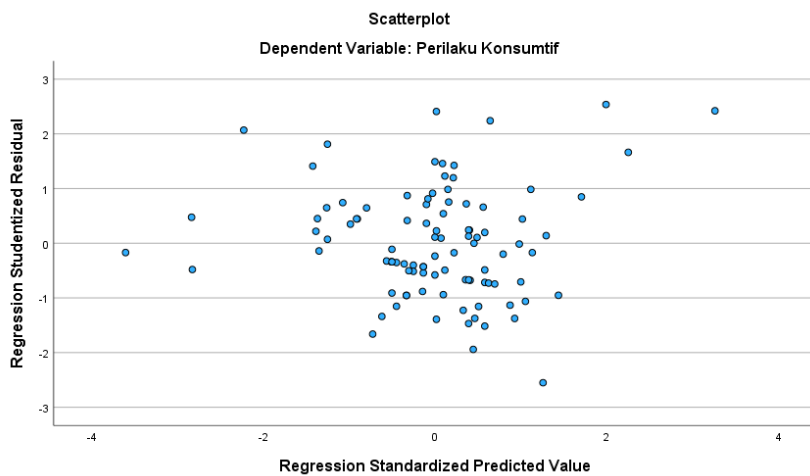


B. Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	24,704	5,108			4,836	,000		
	Konformitas	,629	,165	,478		3,806	,000	,548	1,826
	Kontrol Diri	-,373	,145	-,324		-2,582	,011	,548	1,826

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

C. Uji Heteroskedastisitas



LAMPIRAN 5

Uji Hipotesis

A. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	24,704	5,108		4,836	,000
	Konformitas	,629	,165	,478	3,806	,000
	Kontrol Diri	-,373	,145	-,324	-2,582	,011

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

B. Uji Parsial (T)

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	24,704	5,108		4,836	,000
	Konformitas	,629	,165	,478	3,806	,000
	Kontrol Diri	-,373	,145	-,324	-2,582	,011

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

C. Uji Signifikansi Simultan (F)

Model		ANOVA ^a			F	Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square		
1	Regression	765,006	2	382,503	7,253	,001 ^b
	Residual	5009,739	95	52,734		
	Total	5774,745	97			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

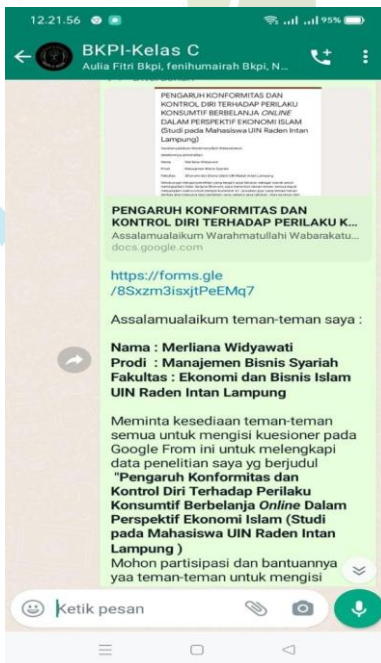
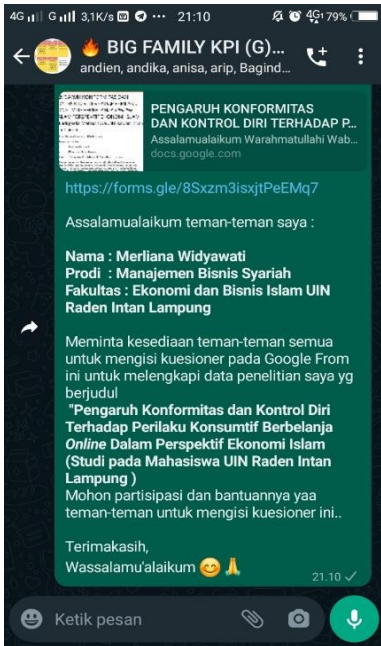
b. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Konformitas

D. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,793 ^a	,629	,621	2,179

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Konformitas

LAMPIRAN 6**Dokumentasi****A. Dokumentasi penyebaran kuesioner**



B. Dokumentasi Kuesioner

PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KC ☆

Pertanyaan Jawaban 12 Setelan Kirim

Bagian 1 dari 5

PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KC ☆

Pertanyaan Jawaban 98 Setelan Kirim

98 jawaban [Lihat di Spreadsheet](#)

Menerima jawaban

Ringkasan Pertanyaan Individual

Nama

98 jawaban

Vi
Arif Rizki Ramadhan
Selvi Oktianingrum
Aulia
Reni Anggraeni
maudi handayani

LAMPIRAN 7**Tabel T, Tabel R dan Tabel F****A. Titik Persentase Distribusi t (df = 81 -120)**

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

B. Tabel r untuk df = 80 – 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

C. Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

$\alpha = 0,05$	df1= (n-1)							
	1	2	3	4	5	6	7	8
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

LAMPIRAN 8

Turnitin



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
 Telp.(0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B- 2766/ Un.16/ P1/ KT/ XI/ 2023

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I
 NIP : 197308291998031003
 Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Skripsi Dengan Judul :

**PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU
 KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
 (Studi pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)**

KARYA :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
MERLIANA WIDYAWATI	1951040113	FEBI/ MBS

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 15 % dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 10 November 2023

Kepala Pusat Perpustakaan



Ahmad Zarkasi, M.Sos. I

NIP: 1973082.391998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

ORIGINALITY REPORT

15% SIMILARITY INDEX	14% INTERNET SOURCES	3% PUBLICATIONS	7% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	5%
2	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	4%
3	www.scribd.com Internet Source	2%
4	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
5	fdocuments.net Internet Source	1%
6	repository.unj.ac.id Internet Source	1%
7	repository.unp.ac.id Internet Source	<1%
8	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1%
9	www.powtoon.com Internet Source	<1%
10	Submitted to Binus University International Student Paper	<1%
11	repositori.umsu.ac.id Internet Source	<1%
12	docobook.com Internet Source	<1%

13	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
14	journal.ubm.ac.id Internet Source	<1 %
15	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1 %
16	faisalmaulana09.blogspot.com Internet Source	<1 %
17	journals.upi-yai.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 5 words

