

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME DAN LINGKUNGAN  
SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UIN  
PENGUNA SHOPEE PAYLATER DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI  
VARIABEL MODERATING  
(STUDI PADA MAHASISWA UIN DATOKARAMA PALU  
ANGKATAN 2021)**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

**Oleh:**

**VIVI**

**NIM: 21.5.15.0073**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU**

**2025**

### PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seleuruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 7 Juli 2025 M

11 Muharram 1447 H

Penyusun,



Vivi

NIM : 21.5.15.0073

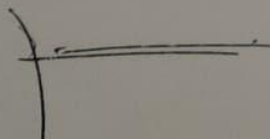
### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Pengguna *Shopee Paylater* Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu Angkatan 2021)”. Oleh Mahasiswa Atas Nama Vivi Nim: 215150073, Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Setelah Dengan Seksama Meneliti Dan Mengoreksi Skripsi Yang Bersangkutan, Maka Masing-Masing Pembimbing Memandang Bahwa Skripsi Tersebut Memenuhi Syarat-Syarat Ilmiah Dan Dapat Diajukan Untuk Diseminarkan.

Palu 16 Juni 2025 M

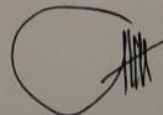
20 Dzulhijjah 1446 H

Pembimbing I



Syaifulah MS, S.Ag., M.S.I  
NIP. 19740828 200501 1 002

Pembimbing II

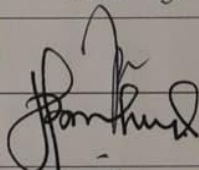
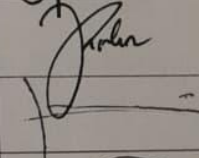
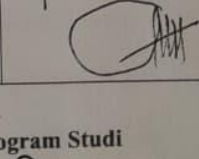
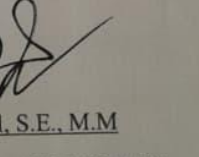
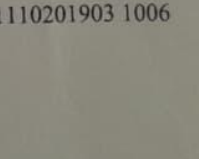


Nurfitriani, S.E.I., M.E  
NIP. 19931207 201903 2 012

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudari Vivi, NIM. 21.51. 5.0073 dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Pengguna Shopee Paylater Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa Uin Datokarama Palu Angkatan 2021). Yang telah diujikan di hadapan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tanggal 28 Juli 2025 M. yang bertepatan dengan tanggal 03 Safar 1447 H, dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Program Studi Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

### DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda tangan
Ketua	Irham Pakkawaru, SE., MSA., Ak	
Munaqisy I	Dr. H. Sofyan Bachmid, S.Pd., M.M	
Munaqisy II	Rizki Amalia, S.Si., M.,Ak	
Pembimbing I	Syaifullah MS., S.Ag., M.S.I	
Pembimbing II	Nurfitriani, SE., M.E	

Mengetahui,

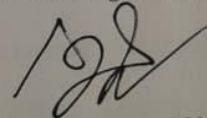
Dekan Fakultas



Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I

NIP.19650612199203 1004

Ketua Program Studi



Abdul Jalil, S.E., M.M

NIP.19871110201903 1006

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah Tuhan semesta alam, yang menciptakan dan mengatur segenap makhluk. Tidak ada tuhan selain Allah, dia tidak menyerupai sesuatu apapun dan tidak ada sesuatu apapun yang menyerupai-Nya. Shalawat dan Salam yang sempurna semoga tetap tercurahkan kepada baginda nabi besar, nabi Muhammad Shallallah' Alaihi Wasallam, dialah nabi terakhir yang mewariskan kepada umat ilmu agama.

Penulis mengetahui bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan dengan segala hormat dan kerendahan hati, perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Lukman S. Thahir, M.Ag. Selaku Rektor UIN Datokarama Palu, Bapak Dr. Hamka, M.Ag Selaku wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Prof. Dr. Hamlan, M.Ag Selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Faisal Attamimi, S.Ag., M.fil.l
2. Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr.Syaakir Sofyan, S.E.I.,M.E, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Sitti Aisya, S.E.,M.E.I,

selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Malkan, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama dan Hj. Raodhah, S.Ag. M.Pd.I, selaku Kepala Bagian Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Abdul Jalil, S.E., M.M, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ahmad Haekal, S.Hum.M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Rizki Amali, S.Si., M.Ak. selaku dosen penasehat akademik, yang terus memberikan perhatian penuh kepada penulis, membimbing dan mendorong serta memberi semangat dalam menyusun skripsi.
5. Syaifullah MS, S.Ag, M.S.I, selaku pembimbing I dan Nurfitriani, S.EI., M.E, selaku pembimbing II yang sudah sangat ikhlas dalam membantu dalam penyusunan skripsi ini, hingga sesuai harapan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, serta seluruh staff akademik dan umum yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
7. Terimakasih Kepada Kedua Orang Tua yang selalu mendoakan dan memberikan semangat yakni, Ayahanda Laggi dan Ibunda Firawati. Selaku orang tua yang amat di sayangi oleh penulis, yang telah banyak memberikan pengorbanan, serta rasa cinta yang amat besar kepada penulis sehingga penulis bisa menempuh pendidikan sampai di tahap ini, terimakasih juga kepada Nenek Tersayang Hi Haidar, dan Tak

terlupakan kepada kaka tercinta Indah Pratiwi yang sudah sangat membantu memberikan dukungan dan doa, serta bantuan secara financial dan tak lupa pada adik-adik tersayang Fathul Asgar, Adiba Zahra, Arafah Ramadhani

8. Terimakasih kepada teman-teman yang terus memberikan motivasi salwa, besse, firma, tidak pula sahabat seperjuangan dari awal duduk semester 1 hingga sampai saat ini, yang terus membersamai hingga sekarang yaitu kartini.
9. Terimakasih kepada teman-teman perbankan syariah angkatan 2021 terkhusus kelas perbankan syariah 3 yang terus membersamai hingga sekarang ini.
10. Terimakasih kepada keluarga Yayasan Syahamah Sulteng, tempat saya belajar dan mengajar ilmu agama.

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ii</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A.Latar Belakang .....	1
B.Rumusan Masalah .....	8
C.Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
D.Garis-garis Besar Isi .....	10
<b>BAB II .....</b>	<b>12</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A.Penelitian Terdahulu .....	12
B.Kajian Teori .....	15
C.Teori Gaya Hidup Hedonisme .....	15
D.Kerangka pemikiran .....	30
E. Hipotesis .....	31
<b>BAB III .....</b>	<b>50</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
A.Pendekatan dan Desain Penelitian .....	50
B.Lokasi Penelitain .....	50
C.Populasi dan Sampel Penelitian .....	50
D.Variable Penelitian .....	53
E. Variabel Bebas (Variabel independent) .....	54



F. Definisi Operasional .....	54
G. Intrumen penelitian .....	58
I. Sumber Data .....	59
J. Teknik Pengumpulan Data .....	59
K. Teknik Analisis Data .....	60
<b>BAB IV .....</b>	<b>67</b>
<b>Hasil dan Pembahasan .....</b>	<b>67</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	67
B. Hasil Penelitian .....	72
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	105
<b>BAB V .....</b>	<b>81</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1 Penjabaran Populasi.....	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	36
Tabel 3.3 Skala Likert.....	40
Tabel 4.1 Deskripsi Kuesioner.....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan fakultas.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji validitas.....	69
Tabel 4.6 Uji Realibilitas Berdasarkan Variabel .....	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonearitas.....	74
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.10 Hasil Uji T (Parsial).....	78
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan).....	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	80
Tabel 4.13 Hasil Pengaruh Variabel X1 dan Z terhadap Y.....	82

Tabel 4.14 Hasil pengaruh variabel X1, z dan X*Z terhadap Y.....	83
Tabel 4.15 Hasil pengaruh X2 dan Z terhadap Y.....	84
Tabel 4.16 Hasil Pengaruh X2, Z dan X2*Z terhadap Y.....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UIN Palu.....	51
Gambar 4.2 Uji Asumis Klasik Normalitas .....	73
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	75

### ***ABSTRAK***

**Nama Penulis : Vivi**

**Nim : 21.5.15.0073**

**Judul Skripsi : PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UIN PENGGUNA SHOPEE PAYLATER DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater dengan kontrol diri sebagai variabel moderating (Studi Pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu Angkatan 2021)

Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, dengan jumlah populasi sebanyak 1210 mahasiswa, jumlah sampel sebanyak 93 responden, adapun instrumen yang digunakan adalah kuesioner, data sekunder berupa buku-buku, website, penelitian terdahulu baik jurnal ilmiah ataupun skripsi. Teknik purposive sampling.

Bedasarkan hasil penelitian yang diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 23, diketahui bahwa gaya hidup hedonisme memiliki T-hitung  $5,409 > T\text{-tabel } 1,987$  dan memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka hal ini memberikan makna secara parsial bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan H1 diterima, dan lingkungan sosial memiliki T-hitung  $5,012 > T\text{-tabel } 1,987$  dan memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka hal ini

memberikan makna secara parsial bahwa lingkungan sosial juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan H2 diterima, serta diketahui secara simultan diperoleh F hitung sebesar  $63,362 > F \text{ tabel } 3,10$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan secara simultan H3 diterima berpengaruh positif dan signifikan antara variabel gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa uin dalam menggunakan *shopee paylater*, kontrol diri tidak memoderasi gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif sehingga dapat dilihat  $0,393 > 0,05$  dalam hal ini H4 ditolak, dan kontrol diri juga tidak memoderasi lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *shopee paylater* sehingga dapat dilihat  $0,911 > 0,05$  maka dalam hal ini H5 ditolak.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Saat ini globalisasi sudah merambah keseluruhan bangsa di dunia termasuk indonesia, globalisasi ini terus terjadi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat termasuk bidang sosial ekonomi yang dapat meningkatkan taraf kehidupan masyarakat. Sehingga globalisasi juga berdampak pada berubahnya tatanan hidup masyarakat dengan timbulnya sifat hedonisme yaitu sifat yang gemar hura-hura dimana kehidupan hanya di gambarkan sebagai kesenangan belaka dan tidak ada kerja keras. Perkembangan industri yang pesat pada era globalisasi ini membuat penyediaan barang masyarakat menjadi berlimpah, dengan begitu masyarakat akan dengan mudah tertarik mengonsumsi barang karena banyaknya pilihan yang ada. Barang-barang yang dahulu dianggap kebutuhan sekunder, berubah

menjadi kebutuhan primer, sehingga menjadikan masyarakat lebih mementingkan barang yang tidak terlalu di butuhkan. Pada saat ini juga telah banyak yang menjadikan kebutuhan utama, yang tidak dianggap penting, yang biasanya berupa fasilitas-fasilitas yang membuat kesenangan semata seperti tempat karaoke, tempat hiburan malam dan lain sebagainya.<sup>1</sup> Lina dan Rosyid<sup>2</sup> menuturkan bahwa kebiasaan dan gaya hidup masyarakat berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah kehidupan mewah yang cenderung berlebihan yang pada akhirnya menimbulkan pola hidup konsumtif.

Menurut Susianto gaya hidup hedonisme adalah pola hidup yang mengarahkan aktivitas untuk mencari kesenangan seperti lebih banyak bermain, senang dikeramain kota, senang membeli barang-barang mahal untuk memenuhi kesenangannya dan selalu ingin menjadi pusat perhatian oleh orang-orang sekitarnya.<sup>3</sup>

Pola gaya hidup hedonis dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari bahwa orang-orang sering membeli suatu produk tanpa direncanakan terlebih dahulu sehingga ada tindakan membeli tanpa ada rencana membelinya. Keinginan untuk membeli seringkali muncul karena berbagai faktor misalnya, harga lebih murah di iklan sosial media dan tidak terlalu memikirkan manfaat

---

<sup>1</sup> Chatijah, Siti dan Purwadi, "Hubungan Antara Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Remaja", *Jurnal Humanitas*, Vol. 4 No. 2 (2007), 110-123

<sup>2</sup> Lina dan Rosyid, H.F "perilaku konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri", *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, No.4, 9 (1997), 5-13

<sup>3</sup> Mufti Rizaldi, "pengaruh gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian terhadap smartphone dikalangan mahasiswa studi pada mahasiswa fakultas ekonomi negeri surabaya", *Jurnal ilmu manajemen*, 4 (2016), 85-93

preoritas dari barang karena mereka hanya mengikuti trend saat ini sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

Lingkungan sosial juga menjadi acuan tempat dimana sekelompok orang merasa sebagai anggotanya. Seperti lingkungan kerja, lingkungan pendidikan dan sebagainya. Lingkungan sosial juga dapat dipengaruhi langsung melalui keluarga, teman-teman dan yang lainnya, sehingga lingkungan sosial akan menjadi acuan dan referensi bagi mahasiswa sehingga kemana mereka akan bergaul dengan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih dan barang yang semakin banyak membuat banyaknya peminat, terkhusus pada mahasiswa yang gemar dalam berbelanja. Pada umumnya mahasiswa telah diberi kepercayaan dan tanggung jawab dalam mengelola keuangan dalam membeli sesuatu yang dibutuhkan berdasarkan keperluan.

Sehingga lingkungan sosial juga menjadi perilaku yang ditampilkan oleh seseorang jika seseorang berada pada lingkungan yang positif maka ia akan cenderung meniru hal-hal yang positif yang diamati, begitupun sebaliknya apabila seseorang berada pada lingkungan yang negatif maka ia akan cenderung meniru hal-hal negatif yang diamati.

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu yang secara langsung terlibat dalam pembelian barang-barang yang tidak ada pertimbangan rasional sehingga menjadikan ada beberapa aspek-aspek

perilaku konsumtif<sup>4</sup> Yaitu seperti pembelian impulsif yang merupakan perilaku membeli sesuatu semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba dilakukan tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan ditempat pembelian. Tanpa memanfaatkan informasi yang ada seperti pertimbangan implikasi dan tindakan yang dibuat sebelum memutuskan untuk pembelian. pembelian berlebihan yaitu menggambarkan pemborosan sebagai salah satu perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas dan pembelian yang tidak rasioanal. Perilaku membeli yang tidak rasioanal yaitu konsumen membeli barang tanpa dipikirkan kegunaanya terlebih dahulu sehingga pembelian yang dilakukan bukan karna kebutuhan, melainkan karena gengsi agar dapat dikesan sebagai orang yang mengikuti trend yang semakin modern.

Perkembangan belanja online juga tidak terlepas dari fakta bahwa saat ini telah menjadi gaya hidup atau *e-lifestyle*. Perubahan gaya hidup menjadi faktor utama yang tidak bisa di abaikan sehingga memberikan pengaruh terhadap belanja online, hal ini juga sangat di pengaruhi faktor keinginan individu yang semakin tinggi sehingga mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Gaya hidup yang di anggap sebagai pengakuan identitas seseorang yang jelas terlihat dari perilaku seseorang yang selalu mengikuti perkembangan zaman sebagai

---

<sup>4</sup> Fardhani, P. R & Izzati, U. A, "Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Studi Pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya", Vol 1. No 2 (2013) 1-6



bagian utama yang memenuhi kebutuhan gaya hidup sehari-hari sehingga bisa dikatakan bahwa gaya hidup lebih penting dari pada kebutuhan pokok.

Dengan seiring berkembangnya zaman yaitu dengan adanya kemajuan teknologi pada bidang keuangan yang bernama fintech (*financial teknologi*). Yang mana fintech ini terus tumbuh dan berkembang di Indonesia. Salah satu inovasi fintech yang sedang populer di kalangan masyarakat terutama generasi milenial seperti mahasiswa yaitu *paylater*. Salah satu penyedia layanan *paylater* yaitu Shopee, dimana Shopee ini merupakan platform jual beli online yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat dengan menggunakan *handphone*.

Keberadaan *paylater* yang banyak memberikan manfaat bagi masyarakat, bahkan saat ini banyak perusahaan aplikasi yang mempublikasikan kemudahan serta manfaat penggunaan Shopee *paylater*. Shopee merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan fitur Shopee *paylater* dimana metode yang digunakan dalam melakukan pembayaran yaitu dengan berbelanja terlebih dahulu kemudian bayarnya nanti bulan berikutnya. Aplikasi Shopee sendiri memiliki proses kerja yang lebih cepat dan mudah, layanan ini mampu mengatasi segala keluhan pelanggan, dimana pengguna dapat mencicil sesuai jangka waktu yang telah dipilih. Pengguna dapat memilih cicilan 1 bulan, 2 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan. Limit yang ditawarkan Shopee cukup tinggi, Shopee *paylater* juga sudah terdaftar dalam otoritas jasa keuangan (OJK), sehingga transaksi didalamnya juga terbukti aman.

Dibalik adanya kemudahan penggunaannya, shopee *paylater* juga dapat berdampak negatif jika digunakan terlalu berlebihan, dimana pengguna akan terlilit hutang dengan alasan terlambat bayar tagihan dan denda yang dikenakan akan bertumpuk. Dilansir dari data yang dipublikasikan oleh OJK pada pengguna *Paylater*, per april tingkat kredit macet atau *non-performing loan* (NPL) sebesar 9,7% jauh lebih tinggi dari batas aman yang ditetapkan yaitu 5%. Untuk itu fitur shopee *paylater* tidak baik jika digunakan secara konsumtif atau berlebihan.<sup>5</sup>

Kecanggihan teknologi tersebut membuat dampak yang sangat begitu signifikan terhadap keberlangsungan hidup masyarakat dimana masyarakat akan menjadi lebih konsumtif melalui adanya alat pembayaran secara elektronik atau nontunai, dimana tanpa uang cash akan menjadikan seseorang membentuk perilaku belanja yang *impulsif* membeli produk tanpa direncanakan.<sup>6</sup>

Berdasarkan penelitian subagio<sup>7</sup> menjelaskan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini menunjukkan jika semakin tinggi pengaruh sosial, maka perilaku konsumtif semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat lingkungan sosial maka perilaku konsumtif semakin meningkat.

---

<sup>5</sup> Nurma S, " Pengaruh Pengguna Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", (Program Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram 2019),

<sup>6</sup> Jati W Less Cash Society, "Menakar Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia" *Jurnal Sosial Teknologi*, (2015), 102-112.

<sup>7</sup> Subagio, "Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan(FPOK)" *Ikip Mataram* 3, (3), (2019), 263-275

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh hasibuan<sup>8</sup> menunjukan hasil yang berbeda yaitu, lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan Berdasarkan penelitian Wahyuni<sup>9</sup> menjelaskan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, akan tetapi penelitian partiwi<sup>10</sup> menunjukkan bahwa perilaku gaya hidup yang tinggi tidak mempengaruhi mahasiswa untuk hidup konsumtif, penelitian ini juga menunjukkan bahwa semakin bertambahnya usia seseorang semakin mampu ia mengontrol diri untuk tidak membeli barang secara berlebihan.

Secara parsial pengendalian diri atau kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif<sup>11</sup> hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin buruk pengendalian diri maka perilaku konsumtif akan meningkat, akan tetapi hasil yang berbeda di tunjukkan pada penelitian hayati bahwa kontrol diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, dimana mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang baik akan cenderung tidak memiliki perilaku konsumtif ketika berbelanja. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengendalian diri maka perilaku konsumtif juga menurun.

---

<sup>8</sup> Hasibuan Z. H, Marpaung M, Dan Ridwan M, “Analisis Perilaku Konsumtif Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening”. (El-Buhuth: 3,(2) 2021), 183-203

<sup>9</sup> Wahyuni R, Irfani H, Dan Syahrina I A, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang”. 4, 3 (2019), 548-559

<sup>10</sup> Pratiwi, “Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, Dan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam”, (2023)

<sup>11</sup> Dewi N Dan Rusdarti R, “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. *Journal Of Economic Education*, 6. 1 (2017), 29-35.

Permasalahan yang sering terjadi pada mahasiswa UIN Datokarama Palu yaitu, gaya hidup yang hedonisme yang suka belanja baranga-barang secara berlebihan, yang suka ikut trend. dan lingkungan sosial juga menjadi penyebab faktor utama mahasiswa dalam berperilaku konsumtif seperti teman-teman yang berpenampilan menarik yang selalu mengikuti trend yang sering kali menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif, sehingga menjadi faktor utama dalam kehidupan sehari-hari yaitu gaya hidup mahasiswa yang suka jalan-jalan, berpergian dengan kawan-kawan berbelanja pergi mall, membuat mahasiswa berperilaku konsumtif.

Dengan melihat kondisi mahasiswa sekarang banyak dari mereka memiliki gaya hidup yang hedonisme dimana hal tersebut juga mempengaruhi perilaku konsumtif mereka dan tidak terlepas dari lingkungan sosial yang terus mempengaruhi mahasiswa sehingga kontrol diri dijadikan sebagai variabel moderating untuk melihat seberapa besar mahasiswa mampu mengontrol diri dengan gaya hidup yang hedonisme dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Pengguna Shopee Paylater Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup hedonisme berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater?
2. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater?
3. Apakah gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater?
4. Apakah kontrol diri dapat memoderasi pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee paylater?
5. Apakah kontrol diri dapat memoderasi pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee paylater?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Pada hakikatnya, setiap penelitian mempunyai tujuan yang di dasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah sebagi berikut:

1. Untuk mengetahui apakah gaya hidup hedonisme berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater
2. Untuk mengetahui apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater

3. Untuk mengetahui apakah gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater
4. Untuk mengetahui apakah kontrol diri dapat memoderasi gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater
5. Untuk mengetahui apakah kontrol diri dapat memoderasi lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater

#### **D. Garis-garis Besar Isi**

Untuk mempermudah pembaca tentang pembahasan proposal skripsi ini, maka penulis menganalisa garis besar menurut ketentuan yang ada didalam komposisi proposal skripsi in. oleh karena itu, garis besar pembahasan ini berupaya menjelaskan seluruh hal yang diungkapkan di dalam materi pembahasan tersebut anatar lain sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan, pada bagian ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan garis-garis besar isi.
2. Bab II Kajian pustaka, pada bagian ini menguraikan tentang penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis.
3. Bab III Metode penelitian, pada bagian ini menguraikan tentang pendekatan dan desain penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional,

instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan, pada bagian ini berisi tentang deskripsi penelitian, hasil dan pembahasan penelitian.
5. Bab V Penutup, pada bagian ini berisi tentang kesimpulan dan saran penelitian

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan para peneliti sebelumnya dan di uji kebenarannya yang didasarkan dengan metode penelitian yang digunakan dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian ini antara lain yakni sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Ringkasan hasil peneliti
1.	Gina Rahmawati dan Elly Mirati <sup>1</sup>	Judul: "Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi milenial (studi kasus generasi milenial DKI Jakarta)
		Hasil Penelitian : "Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat literasi keuangan dan tingginya tingkat gaya hidup pada generasi milenial akan berpengaruh pada perilaku konsumtif dalam menggunakan shopee paylater pada saat berbelanja online.
		Persamaan: persamaan dari penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan sama-sama menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen (Y)
		Perbedaan : terdapat perbedaan pada objek penelitian, subjek penelitian, waktu dan tempat penelitian.

---

<sup>1</sup> Gina Rahmawati dan Elly mirati "Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi milenial "Posiding SNAM PNJ"(2022), 2-5.



2.	Vita Hasna Izdi Amelia <sup>2</sup>	Judual : Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna fitur Spaylater pada aplikasi shopee dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif
		Hasil Penelitian : Diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi fitur shopee paylater seperti, sosial, gaya hidup dan familiaritas berpengaruh positif terhadap pengguna <i>shopeepaylater</i> , sehingga semakin tinggi pengaruh dari faktor-faktor tersebut maka semakin meningkat pengguna <i>Shopee paylater</i> .
		Persamaan : Persamaan dari penelitian ini sama-sama penelitian kuantitatif dan gaya hidup sebagai variabel X dan perilaku konsumtif sebagai variabel Y
		Perbedaan : Perbedaan dari penelitian ini yaitu pada penelitian yang dilakukan Vita Hasna izdi amelia bahwa pengguna <i>Shopee paylater</i> sebagai variabel intervening
3.	Ni Putu Novi Anggraini, Gede Sri Darma <sup>3</sup>	Judul : Pengaruh kemudahan, risiko, gaya hidup, dan kepercayaan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater di indonesia
		Hasil Penelitian : Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan risiko semuanya berpengaruh positif dan besar terhadap kepercayaan, yang pada akhirnya berdampak baik dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Namun risiko dan kemudahan penggunaan tidak mempengaruhi perilaku konsumen secara signifikan.

---

<sup>2</sup> Vita Hasna Izdi Amelia “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Fitur Spaylater Pada Aplikasi Shopee dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku konsumtif*” (Skripsi Tidak di Terbitkan, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Program Studi Akuntansi 2021) 54-57.

<sup>3</sup> Ni Putu Novi Anggraini, Gede Sri Darma “ Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya hidup, dan kepercayaan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater di indonesia” *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan kewirausahaan* 7, No 2 (2023)

		Persamaan : Persamaan penelitian ini, sama-sama menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel Y
		Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini variabel independennya, waktu, tempat penelitian dan jumlah sampelnya.
4.	Riska Wahyuni Husain <sup>4</sup>	Judul : Pengaruh gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian pada marketplace dengan kemudahan pengguna sebagai variabel moderating
		Hasil penelitian : Dalam kehidupan sehari-hari bahwa orang-orang sering membeli sesuatu produk tanpa direncanakan terlebih dahulu sehingga ada tindakan membeli tanpa ada rencana membelinya. Keinginan untuk membeli seringkali muncul karena berbagai faktor misalnya, harga lebih murah di iklan social media dan tidak terlalu memikirkan manfaat dari barang tersebut karena mereka hanya mengikuti trend saat ini sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.
		Persamaan : Persamaan dari penelitian diatas sama-sama menggunakan kuantitatif, dan gaya hidup hedonis sebagai variabel X,
		Perbedaan : Perbedaan dari penelitian terdapat pada objek penelitian,waktu dan tempat penelitian.

## B. Kajian Teori

### 1. Teori Gaya Hidup Hedonisme

---

<sup>4</sup> Riska Wahyuni Husain, “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Pada Marketplace Dengan Kemudahan Pengguna Sebagai Variabel Moderating”(Skripsi Tidak Diterbitkan, Fakultas Ekonomi Dan Bisni Islam, UIN Alauddin Makassar 2021), 33-36.

Gaya hidup hedonis merupakan salah satu bentuk gaya hidup yang memiliki gaya tarik bagi remaja, dengan adanya fenomena tersebut, remaja cenderung untuk lebih memilih hidup yang mewah, enak, dan serba berkecukupan tanpa harus bekerja keras<sup>5</sup>. Nadzir dan Ingarianti<sup>6</sup> mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktunya di luar rumah untuk bersenang-senang dengan temannya, gemar membeli barang yang tidak di butuhkan, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya.

Menurut Kasali<sup>7</sup> Mendefinisikan gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengerahkan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang-barang mahal (branded) untuk memenuhi hasratnya, cenderung followers dalam gaya hidupnya dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hedonisme adalah perilaku yang mengutamakan kesenangan dan senang membeli barang-barang mahal (branded) untuk memenuhi hasratnya, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

---

<sup>5</sup> Gushevinalti, "Tela'ah kritis prespektif jean baudrilard pada perilaku hedonisme remaja". *Jurnal Idea Fisipol UMB* 4, no 15 (2010) 45-59

<sup>6</sup> Nadzir,M & Ingarianti,T.M, "*psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonis remaja*". (Malang: Seminar Psikologi dan kemanusiaan), 586-596

<sup>7</sup> Kasali, Rhenald. "Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Dan Positioning. Cet 5, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003). 242

Gaya hidup hedonisme bukan hanya dimiliki remaja yang status sosial ekonomi orang tuanya menengah ke atas. Akan tetapi, remaja yang status sosial ekonomi orang tuanya menengah ke bawah juga banyak memiliki gaya hidup hedonisme. Anak remaja rela untuk tidak membelanjakan uang sakunya berbulan-bulan demi membeli barang-barang yang di inginkan<sup>8</sup>

Untuk mengukur variabel gaya hidup hedonis dalam penelitian ini telah di kombinasikan dari teori Kasali dan penelitian terdahulu dari Naeli, serta dari hasil para penelitian, diperoleh indikator sebagai berikut:<sup>9</sup>

- a. Cenderung Followers adalah perilaku yang selalu mengikuti perkembangan gaya hidup tren masa kini.
- b. Perilaku konsumsi, adalah perilaku konsumen yang suka membeli atau memakai barang-barang bermerek (branded).
- c. Tempat, adalah dimana perilaku konsumen yang gemar mengunjungi atau berkumpul ditempat-tempat tertentu misalnya mall, kafe dan tempat yang lain yang bersifat hedon.
- d. Aktivitas, adalah tindakan yang nyata tentang tindakan seseorang dalam menghabiskan waktunya seperti secara formal maupun informal.

---

<sup>8</sup> Fakultas Psikologi, "Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Remaja The Effect Of Religiusity And Social Economic Status Of Parents On The Heart Of Life On Heart Of Life", (1945), 16-21

<sup>9</sup> Ibid, 242

- e. Suka, menjadi pusat perhatian dimana perilaku seseorang yang suka diperhatikan dalam gaya hidupnya.

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya bahkan, dari masa ke masa gaya hidup suatu individu atau sekelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Namun demikian gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relative permanen. Islam melarang umatnya untuk berlebih-lebihan dalam segala hal. Sifat boros dan hedonistic merupakan contoh sifat yang berlebih-lebihan, makan dan minum dalam porsi yang banyak pun merupakan contoh dari sifat berlebih-lebihan<sup>10</sup>

Perintah untuk tidak membelanjakan harta dengan berlebihan seperti gaya hidup hedonisme yaitu terdapat dalam al-quran pada Qs.Al-An'am/6:141

وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

*Terjemahan: Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan yaitu orang-orang yang melampaui batas hal-hal yang telah ditentukan bagi mereka.<sup>11</sup>*

## 2. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial merupakan tempat dimana individu berinteraksi dan melakukan sesuatu secara bersama-sama antar sesama maupun

---

<sup>10</sup> Riska Wahyuni Husain, "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Kosumen Melakukan Pembelian Pada Marketplace Dengan Kemudahan Pengguna Sebagai Variabel Moderating" (Skripsi Tidak Diterbitkan, Manajemen, Makassar 2021),31.

<sup>11</sup> Al-Qur'an Terjemahan, Kementrian Agama Islam, Q.S Al-An'am, 6:141

lingkungannya<sup>12</sup> sadulloh mengungkapkan pengertian lingkungan sosial sebagai bentuk sikap atau tingkah laku antar hubungan manusia dan manusia sekitarnya, lingkungan sosial mencakup seluruh individu, kelompok, organisasi dimana seseorang berhubungan dengannya<sup>13</sup>. Dapat disimpulkan bahwa, lingkungan sosial merupakan lingkungan individu dalam berinteraksi terhadap sesama individu dalam rentang waktu yang tidak terbatas.

Lingkungan sosial merupakan interaksi yang dilakukan oleh manusia lainnya, dimana manusia tidak akan bisa terlepas dari kehidupan manusia lainnya, karna tanpa adanya dukungan sekitar manusia tidak akan bisa berkembang, lingkungan sosial ini yang membentuk kepribadian seseorang, sehingga terjadilah sebuah interaksi antara masyarakat dan lingkungannya.

Menurut Kotler dan Keller indikator lingkungan sosial sebagai berikut:<sup>14</sup>

a. Kelompok Acuan

Kelompok didefinisikan sebagai kelompok dua orang atau lebih yang berinteraksi satu sama lain agar tercapainya tujuan bersama.

Sedangkan kelompok acuan adalah kelompok yang dijadikan sebagai

---

<sup>12</sup> Abdurrahman, S.W, Oktapiani, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa”. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 05 No.2 (2019), 50-55

<sup>13</sup> Kurniawan,D.,& Wustaq, “Pengaruh Perhatian Orang Tua, Motivasi Belajar Dan Lingkungan Sosial Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa Smp”. *Jurnal Riset Pendidikan Matematika*, 1, (2014) 176

<sup>14</sup> Kotler, Philip “Manajemen Pemasaran Jilid 2. (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia 2005), 206.

acuan yang mempunyai dampak yang nyata untuk seseorang. Kelompok acuan dapat didefinisikan sebagai suatu kelompok yang secara langsung ataupun tak langsung bisa mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.<sup>15</sup>

b. Keluarga

Keluarga adalah seseorang laki-laki dan perempuan yang menikah, tinggal bersama anak-anak (baik mereka anak kandung ataupun anak angkat), yang saling berinteraksi yang ada suatu ikatan perkawinan ataupun adopsi. Dari segi formalitas dan legalitas, keluarga dianggap sebagai berkumpulnya dua orang ataupun lebih dan mereka saling berinteraksi yang ada suatu ikatan perkawinan ataupun adopsi.

Ada dua macam keluarga dalam kehidupan, yaitu:

- 1) Keluarga orientasi, terdiri dari orang tua dan saudara kandung, dimulai dari orang tua, orang tersebut menerima orientasi tentang agama, politik, serta ekonomi bahkan rasa ambisi pribadi, harga diri dan cinta.
- 2) Keluarga prokreasi, yaitu pasangan dan anak-anak, pasangan dan anak-anak memiliki perannya tersendiri dalam keputusan untuk pembelian.

c. Peran dan status

Orang-orang bergabung dengan banyaknya kelompok keluarga, klub, organisasi. Kelompok yang kerap menjadi sumber informasi yang

---

<sup>15</sup> Kotler Philip Dan Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid I (Jakarta: Erlangga 2009), 172.

penting dan membantu menentukan norma perilaku. Posisi tersebut menjadikan seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan sebagaimana peran dan statusnya.

- 1) Peran sosial, dapat diartikan sebagai suatu perilaku dan tindakan dengan cara tertentu agar menjalankan hak dan kewajiban yang dimilikinya<sup>16</sup>. Ini berarti bahwa ketika menjalankan hak dan kewajiban terhadap diri mereka sendiri.
- 2) Status sosial, mengacu pada status sosial seseorang dalam suatu kelompok dan masyarakat. Status sosial juga bisa difahami sebagai posisi seseorang ketika berada di dalam suatu kelompok dan hubungannya dengan anggota yang lain dari kelompok yang sama

### **3. Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Perilaku manusia merupakan hasil dari segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Terdapat suatu model hubungan perilaku yaitu bahwa perilaku adalah fungsi karakteristik individu dan lingkungan, hal ini di cermati bahwa perilaku seseorang, merupakan kombinasi dari kepribadian dan lingkungannya.

---

<sup>16</sup> Gunawan, W.A, Perilaku Konsumen, Edisi Keempat, Jilid 2. (Jakarta: Erlangga 2004), 94.



Haryani dan herwanto<sup>17</sup> menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah bentuk perilaku membeli suatu produk tanpa pertimbangan rasional atau bukan berdasarkan atas kebutuhan, seperti membeli barang karena hadiah yang ditawarkan, atau membeli barang karena banyak orang yang menggunakan barang tersebut. Dikria dan mintarti<sup>18</sup> mengartikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan membeli atau mengonsumsi suatu yang sebenarnya kurang di perlukan secara berlebihan, serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional sehingga faktor keinginan lebih di pentingkan dari pada kebutuhan.

Hasil riset yang dilakukan oleh Enrico menunjukkan beberapa faktor yang mampu mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu:

- 1) Masa kegunaan barang dan kemampuan untuk kembali
- 2) Status sosial
- 3) Kepuasan terhadap produk
- 4) Gengsi

Dari penjabaran teori serta penelitian sebelumnya, maka definisi operasional variabel untuk perilaku konsumtif adalah kesediaan responden dalam memenuhi keinginannya dalam mengonsumsi barang atau jasa diluar batas kebutuhannya.

---

<sup>17</sup> Haryani, I dan J Herwanto “*hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa*” Jurnal psikologi UIN sultan syarif kasim riau 11 No.1, (2015), 5-11.

<sup>18</sup> Dikria, o dan S.U mintarti “*pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangun fakultas ekonomi universitas negeri malang*” jurnal pendidikan ekonomi 9 No.2 (2016), 128-139.

Adapun indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono sebagai berikut:

- a) Membeli produk karena iming-iming
- b) Membeli produk karena kemasanya
- c) Membeli barang demi menjaga penampilan gengsi
- d) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga
- e) Membeli produk demi menjaga simbol dan status
- f) Memakai produk karena konformitas<sup>19</sup>

Islam merupakan agama yang ajarnya mengatur segala perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya, salah satunya adalah dalam masalah konsumsi. Islam telah mengatur seluruh perilaku manusia dalam mengonsumsi sesuai dengan Al-qur'an dan sunnah, bila perilaku konsumsi dilakukan sesuai dengan Al-qur'an dan sunnah maka kehidupan manusia akan lebih mencapai kesejahteraan dan keberkahan dalam hidupnya, sebagaimana dalam Qs Al-Furqon/25 : 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

*Terjemahan: Dan orang-orang yang apabila membelanjakan hartanya kepada anak-anak mereka (mereka tidak berlebihan dan tidak pula kikir) artinya tidak mempersempit*

---

<sup>19</sup> Sumartono, Teropong Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi (Bandung Alfabeta 2002), 58.

*perbelanjaannya nafkah mereka diantara berlebih-lebihan dan kikir (mengambil jalan pertengahan) yakni tengah-tengah.<sup>20</sup>*

Dalam memenuhi keinginan yang tidak terbatas itu akan merusak diri, bukan berarti seorang muslim tidak boleh mendapatkan kepuasan konsumsinya terhadap jumlah barang atau jasa, akan tetapi kepuasan seorang muslim harus dibatasi dan tidak berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dalam ajaran agama islam jelas merupakan perilaku tercela sebagaimana yang diterangkan ayat diatas bahwa Allah telah melarang seorang muslim untuk berbelanja berlebihan

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli tidak didasarkan pada kebutuhan pokok akan tetapi hanya keinginan semata yang mengakibatkan sesuatu yang berlebihan dan menghamburkan uang. Perilaku konsumtif dapat membuat menjadi sombong, oleh karena itu Allah menganjurkan untuk tidak berperilaku konsumtif, karena sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

#### **4. Kontrol diri**

Kontrol diri merupakan aktivitas yang dilakukan dan berfungsi untuk mendorong penghematan serta menekankan pembelian yang hedonis yang memiliki tujuan kesenangan semata<sup>21</sup>. Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam membaca situasi diri dan lingkungan, individu dengan kontrol diri yang tingkat tinggi akan melihat dirinya mampu mengendalikan segala

---

<sup>20</sup> Al-Quran Terjemahan Kementrian Agama Islam, Q.S Al-Furqon,25:67

<sup>21</sup> Hermin Nainggolan “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina Balikpapan” *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah* 5,02, (2022), 810-826.

sesuatu yang berhubungan dengan perilakunya, dan ketika pengendalian diri rendah, dia tidak akan bisa mengendalikan semuanya<sup>22</sup>

Dalam hal ini kontrol diri juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu tersebut ke arah konsekuensi positif serta merupakan salah satu kemampuan yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama melakukan proses perubahan dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat dilingkungan sekitarnya.<sup>23</sup>

Dari pengertian beberapa ahli yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah suatu yang dirasakan oleh individu, yang memiliki arti apakah individu tersebut dapat mengontrol pengeluaran secara berlebihan atau tidak

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri:

Menurut Gunawan, L. N.<sup>24</sup> mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri adalah sebagai berikut:

1) Faktor internal

Dimana usia mempengaruhi kontrol diri seseorang. Semakin naik usia seseorang maka semakin baik kemampuan mengontrol diri

2) Faktor eksternal

---

<sup>22</sup> Nisa, C.L., Arief, S “The Impact Of Self Kontrol, Self Esteem And Peer Environment On Online Shopping Consumptive Behavior”.

<sup>23</sup> Marsela, R. D., dan Supriatna, M. Konsep diri: Definisi dan Faktor. *Journal of innovative counseling Theory Practice, and Research*, 3. 02, (2019), 65-69.

<sup>24</sup> Gunawan, L. N. “Kontrol Diri Dan Penyesuaian Diri Dengan Kedisiplinan Siswa” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5 (2017), 16-24

Lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Orang tua yang menerapkan disiplin anaknya secara intens sejak dini dan orang tua tetap konsisten terhadap semua konsekuensi, sikap kekonsistenan ini akan diinternalisasikan anak dan akan menjadi kontrol diri baginya

Adapun indikator Kontrol diri yang diungkapkan oleh Ghufon dan Risnawati<sup>25</sup>

- a) Kontrol perilaku (*behavior control*), merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan.
- b) Kontrol kognitif (*cognitive control*), merupakan kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis untuk mengurangi tekanan.
- c) Kontrol keputusan (*decision control*), merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya

Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam menentukan setiap perilakunya berdasarkan pada nilai atau standart seperti moral, aturan, dan

---

<sup>25</sup> Ghufon, N.M Dan Risnawati. S, "*Teori-Teori Psikologis*", (Arruz Media Grup, Yogyakarta 2010).

nilai-nilai pada masyarakat yang berpengaruh positif. Kontrol diri mengenai individu secara mandiri berusaha untuk memunculkan perilaku positifnya, dikarenakan kontrol diri memiliki peranan yang penting dalam melakukan interaksi dengan orang lain dan lingkungannya supaya dapat membentuk kontrol diri yang matang.<sup>26</sup>

Berdasarkan penjelasan mengenai definisi kontrol diri diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan salah satu bentuk kemampuan pada individu dalam mengendalikan, mengontrol, dan mengatur perilaku yang akan dimunculkan agar sesuai dengan lingkungan, serta membantu individu dalam menentukan keputusan berdasarkan pada beberapa pertimbangan melalui pemrosesan informasi.

## **5. Shopee Paylater**

### **a. Pengertian Shopee paylater**

*Shopee paylater* merupakan sistem cicilan yang tidak menggunakan sistem pembayaran dan pengantaran, namun “beli sekarang, bayar nanti” atau sistem pembelian barang di shopee yang cicilannya dilakukan dikemudian hari. Dengan melakukan *Shopee paylater* anda dapat melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar dibulan berikutnya, membayar menggunakan shopee paylater sama dengan berbelanja dengan menggunakan kartu kredit. Terdapat pemotongan kartu kredit sebagai uang

---

<sup>26</sup> Tangney, J.P, Baumeister, R.F., Dan Boone, A.L, “Kontrol Diri Yang Tinggi Memprediksi Penyesuaian Diri Yang Baik, Lebih Sedikit Patologi, Nilai Yang Lebih Baik, Dan Keberhasilan Interpersonal”, *Jurnal Kepribadian*, 72. 2 (2023) 271-324.

tunai terkomputerisasi yang diberikan shopee kepada klien *Shopeepaylater*<sup>27</sup> pengguna shopee *paylater* memberikan dampak positif dan juga negatif bagi penggunaanya.

Ilahi mengatakan bahwa beberapa manfaat pengguna *Shopeepaylater* adalah dapat menghemat waktu dan tenaga saat berbelanja, sementara beberapa efek negatifnya adalah membuat pengguna khawatir ketika jatuh tempo tiba dan mereka tidak memiliki uang untuk membayar yang berarti mereka tidak dapat membayar dan juga akan dikenakan denda. Efek negatif lainnya adalah membuat pengguna menjadi lebih konsumtif.

Menurut Sari terdapat tiga indikator, yang dapat digunakan untuk mengukur keputusan penggunaan *Shopeepaylater* diantaranya sebagai berikut<sup>28</sup>:

1. Berniat terus menggunakan *Shopeepaylater*
2. Menggunakan *Shopeepaylater* untuk transaksi pembayaran
3. Menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan *Shopeepaylater*

*Shopeepaylater* merupakan fasilitas keuangan dalam bentuk pinjaman yang diberikan kepada pengguna shopee sebagai penerima pinjaman. *Shopeepaylater* adalah jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data yang menyatukan pemberi kredit dan penerima kredit dalam hal pembelian kredit

---

<sup>27</sup> Ilahi, N, “Beli sekarang bayar nanti: Mahasiswa, Spaylater, dan Pandemi covid”, *Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu sosial*, 5.

<sup>28</sup> Sari “Pengaruh Presepsi Manfaat, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Penggunaan Internet Banking Nasabah Bank mandiri Di Surabaya”

oleh pemberi kredit kepada peminjam dalam rupiah secara langsung melalui tahapan sebagaimana tertuang dalam PJOK No.77/2016, jasa ini diberikan oleh shopee yang digunakan sebagai strategi cicilan saat berbelanja di *e-commerce* pada aplikasi shopee.

Kemudahan *shopee paylater* dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap pengguna *shopee paylater* dengan ketentuan barang dapat diterima terlebih dahulu namun pembayaran dapat menyusul dibulan depan dengan cara cicilan.<sup>29</sup>

Shopee *paylater* diberikan oleh PT. Lentera dana Nusantara, adalah strategi cicilan dengan memanfaatkan dana talangan dari organisasi aplikasi yang terhubung, kemudian, pada saat itu pengguna membayar tagihan ke organisasi aplikasi. Shopee *paylater* menawarkan item kredit dengan uang muka awal nol persen tanpa penukaran dasar, dan uang muka yang diberikan harus digunakan untuk membeli barang di shopee dengan tenor 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.<sup>30</sup> Saat ini, kemajuan-kemajuan inovatif mengubah perilaku individu menjadi ketergantungan pada pemanfaatan perkembangan inovasi cicilan sederhana menjadi lebih berdaya dan produktif.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Otoritas Jasa Keuangan, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77/PJOK,01/2016

<sup>30</sup> Rohmatul Hasanah, "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah*", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwakerto 2020), 4.

<sup>31</sup> Hafid Nur Yudha, Jl Prof, Soedharto Sh, "*Analisis Pengaruh Presepsi Nasabah Terhadap Internet Banking Adaption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta)*", Diponegoro Jurnal Of Accounting Vol 4, No.4 (2015), 148-157.



Berikut cara mengaktifkan *shopee paylater* untuk mendapatkan pinjaman dari marketplace shopee:

- a) Klik tab saya kemudian pilih *shopeepaylater*
- b) Klik aktifkan sekarang
- c) Masukan kode OTP yang dikirimkan melalui SMS dan klik lanjutkan;
- d) Unggah foto KTP;
- e) Masukkan kontak darurat, lalu klik lanjutkan;
- f) Kemudian verifikais wajah;
- g) Tunggu verifikasi diterima;
- h) Setelah mengikuti cara diatas, maka *shopeepaylater* berhasil diaktifkan. Selanjutnya pengguna dapat menggunakan pinjaman tersebut untuk berbelanja.<sup>32</sup>

### C. Kerangka pemikiran

Pada penelitian ini variabel dependennya adalah perilaku konsumtif mahasiswa UIN Datokarama palu pengguna *shopee paylater*.

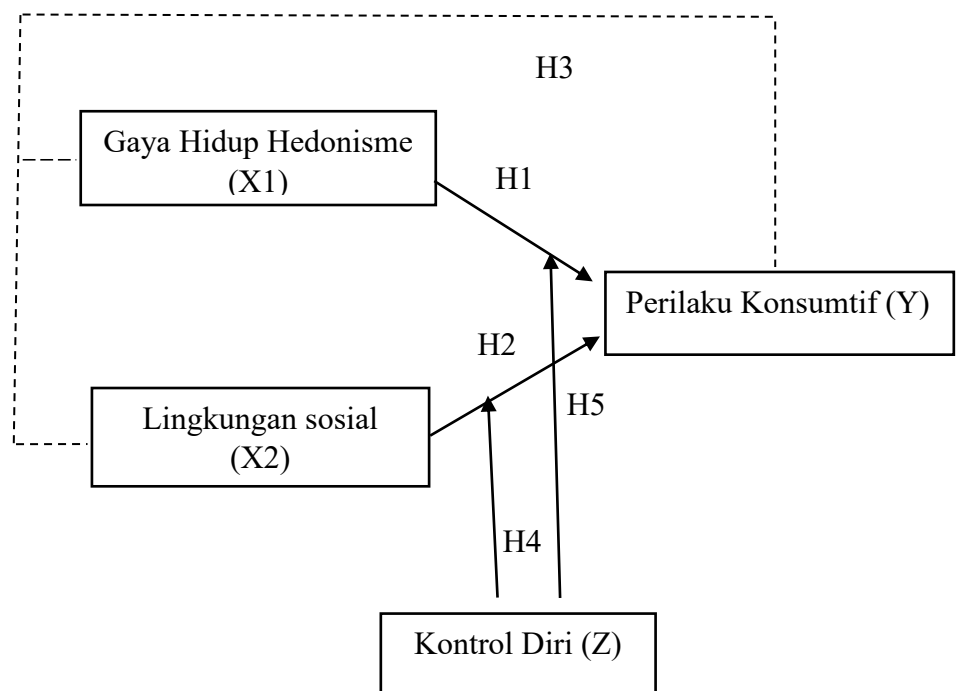
Dan diketahui gaya hidup hedonisme, lingkungan sosial menjadi variabel yang mempengaruhi atau variabel independent dan kontrol diri merupakan variabel moderating yang memperkuat dan memperlemah hubungan antara variabel independent dan variabel dependen. Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui tingkat pengguna *shopee paylater* pada mahasiswa

---

<sup>32</sup> Suci, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Menggunakan Kredit *Shopee Paylater*", 30-34.

UIN Datokarama Palu. Berikut kerangka pemikiran digambarkan secara sistematis.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka pemikiran**



Keterangan: ..... (Garis putus-putus adalah simultan)

————— (Garis lurus adalah parsial)

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah, apabila peneliti telah mendalami permasalahan suatu penelitiannya dengan seksama serta menetapkan anggap dasar, lalu membuat sebuah teori, yang kebenarannya masih perlu diuji (dibawah kebenaran). Garis putus-putus adalah simultan, sedangkan garis lurus adalah parsial. Maka peneliti mengumpulkan data-data untuk membuktikan hipotesisnya.

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang dikemukakan maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H1:  $X1 \rightarrow Y$  Pengaruh  $X1$  terhadap  $Y$ , Diduga variabel gaya hidup hedonisme, berpengaruh parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee paylater

H2 :  $X1 \rightarrow Y$  Pengaruh  $X1$  terhadap  $Y$ , Diduga variabel lingkungan sosial, berpengaruh parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee paylater

H3 :  $X1 \text{ dan } X2 \rightarrow Y$  Pengaruh  $X1$  dan  $X2$  terhadap  $Y$ , Diduga variabel gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial berpengaruh simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee paylater

H4 :  $Z \rightarrow Y$  Pengaruh  $Z$  terhadap  $Y$ , Diduga variabel kontrol diri ( $Z$ ) memoderasi pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ) mahasiswa pengguna shopee paylater

H5 :  $Z \rightarrow Y$  Pengaruh Z terhadap Y, Diduga variabel kontrol diri (Z) memoderasi lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa pengguna shopee paylater.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### ***A. Pendekatan dan Desain Penelitian***

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka, atau data berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berbentuk angka<sup>1</sup>. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut<sup>2</sup>. Kegunaan dari pendekatan kuantitatif yaitu untuk mengetahui “pengaruh gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Datokarama Palu pengguna *shopee paylater* dengan kontrol diri sebagai variabel moderating.

##### ***B. Lokasi Penelitian***

Dalam penelitian ini dilakukan di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu yang berlokasi di jalan Diponegoro No. 23 palu, sulawesi tengah.

##### ***C. Populasi dan Sampel Penelitian***

###### **1. Populasi**

Populasi merupakan seluruh jumlah objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Menurut

---

<sup>1</sup> Nanang Martono, Metode penelitian Kuantitatif, Edisi revisi 2, Cet V (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada 2016), 20

<sup>2</sup> Ibid

Sugiyono, tentang pengertian populasi yaitu: “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan<sup>3</sup>”. Berdasarkan pengertian di atas, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian maka yang menjadi populasi dalam hal ini adalah mahasiswa aktif UIN Datokarama Palu angkatan 2021, dengan jumlah 1.210 mahasiswa.<sup>4</sup>

**Tabel 3.1**  
**Penjabar Populasi**

No	FAKULTAS	JUMLAH
1	FTIK	514
2	FASYA	247
3	FUAD	158
4	FEBI	291
<b>Jumlah Keseluruhan</b>		<b>1210</b>

*Sumber: Akmah Rektorat Universitas Islam Negeri Datorama palu*

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Menurut Riayanto dan Hatmawan

---

<sup>3</sup> <http://repository.unpas.ac.id/32645/5/BAB%20III.pdf> (di akses 29 januari 2018)

<sup>4</sup> Akmah Rektorat “Universitas Islam Negeri datokarama palu, 23 September 2024

sampel penelitian merupakan bagian yang memberikan gambaran secara umum dari populasi. Sampel penelitian memiliki karakteristik yang sama atau hampir sama dengan karakteristik dari populasi, sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati<sup>5</sup>

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah non probability, yaitu pengambilan sampel diamati setiap unsur yang terdapat dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan metode purposive sampling, purposive sampling adalah cara pengambilan sampel yang membatasi pada ciri-ciri khusus seseorang yang sesuai dengan yang diinginkan peneliti. Adapun ciri-ciri khusus dalam sampel penelitian ini yaitu:

- a. Mahasiswa Aktif UIN Datokarama Palu
- b. Mahasiswa mempunyai aplikasi *shopee* dan pengguna *Shopee Paylater*
- c. Mahasiswa yang Menggunakan aplikasi *shopee paylater* 2-10 kali dalam sebulan atau bahkan lebih

Sehingga dalam penelitian ini digunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

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

---

<sup>5</sup> Riyanto Dan Hatmawan, "Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen", (Sleman; Deepblish.(2020), 5

ket:

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Batas toleransi kesalahan.

Dengan demikian besaran sampel dalam penelitian ini, penjabarannya sebagai berikut:

Diketahui  $N = 1.210$  orang dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel adalah 10%

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

$$n = \frac{1.210}{1 + 1.210 (0,01)} = \frac{1.210}{13,1} = 92,36 = 93$$

Berdasarkan perhitungan rumus di atas didapatkan  $n = 92,36$  dibulatkan 93 mahasiswa. Sehingga sampel yang digunakan peneliti sebanyak 92,36 responden dan dibulatkan menjadi 93 responden

#### ***D. Variable Penelitian***

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut.<sup>6</sup>

##### **1. Variabel Bebas (Variabel independent)**

---

<sup>6</sup> Tony Wijaya, “Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam” (Yogyakarta; Graha Ilmu), 13



Variabel bebas atau yang dapat dilambangkan (X) yaitu suatu variabel yang fungsinya menerangkan atau mempengaruhi terhadap variabel lainnya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu: Gaya Hidup Hedonisme(X1), Lingkungan Sosial (X2).

## 2. Variabel Terikat (Variabel dependen)

Variabel Terikat atau yang dilambangkan (Y) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas<sup>7</sup>. Dalam penelitian ini variabel terikat yaitu: Perilaku konsumtif(Y)

## 3. Variabel Moderating

Variabel moderating yaitu yang memperkuat/memperlemah hubungan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini variabel moderating yaitu: kontrol diri (Z).

### ***E. Definisi Operasional***

Berdasarkan penelitian diatas agar terfokusnya penelitian ini maka perlu adanya definisi operasional. Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasioanl merupakan landasan arti dan sumber pengukuran variabel penelitian. Adapun definisi operasioanl dari variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Varabel	Definis operasional	Indikator
----	---------	---------------------	-----------

---

<sup>7</sup> Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D”, (Bandung: Alfabeta, 2016),39

1.	Gaya hidup hedonisme (X1)	Gaya hidup dapat dikatakan sebagai suatu pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. <sup>8</sup> Sejalan dengan pendapat sebelumnya, gaya hidup hedonisme adalah gaya hidup yang menjadikan kesenangan sebagai tujuan hidup dikarenakan aktivitasnya hanya untuk mencari kesenangan hidup. <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cenderung followers, yaitu perilaku yang selalu mengikuti perkembangan gaya hidup tren masa kini</li> <li>- Perilaku konsumsi, ialah perilaku konsumen yang suka membeli atau memakai barang-barang bermerek (branded).</li> <li>- Tempat, ialah dimana perilaku konsumen yang gemar mengunjungi atau berkumpul ditempat-tempat tertentu misalnya mall, kafe dan tempat yang lain.</li> <li>- Aktivitas, ialah tindakan seseorang dalam menghabiskan waktunya seperti secara formal dan informal</li> <li>- Suka, ialah menjadi pusat perhatian dimana perilaku seseorang yang suka diperhatikan dalam gaya hidupnya.<sup>10</sup></li> </ul>
----	---------------------------	---	--

<sup>8</sup> Kaparang, O. M. "Analisa Gaya Hidup Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi (Studi Pada Siswa SMA Negeri 9, Manado)". *Jurnal Acta Diurna*, Vol.2. No. 2(2013)

<sup>9</sup> Wijaya, Angga Pandu Dan Yuniarinto Agung. "Pengaruh Hedonisme Dan Materialisme Terhadap Kecenderungan Pembelian Komplusif Di Kota Malang". (2015), 1

<sup>10</sup> Ibid, 242

2.	Lingkungan Sosial (X2)	Lingkungan sosial adalah interaksi sosial yang terjadi secara langsung dalam masyarakat, misalnya melalui diskusi dengan teman atau orang lain, terutama melalui pengamatan pribadi terhadap apa yang sedang dilakukan atau dikenakan oleh orang lain. <sup>11</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kelompok acuan, sebagai dua kelompok atau lebih yang berinteraksi satu sama lain agar tercapainya suatu tujuan.</li> <li>- Keluarga, yaitu antara seorang laki-laki dan perempuan sudah menikah, kemudian tinggal bersama anak-anak (baik anak kandung atau anak angkat).</li> <li>- Peran dan status, yaitu orang-orang yang bergabung dengan banyaknya kelompok keluarga, klub, atau organisasi yang kerap menjadi sumber informasi yang penting.<sup>12</sup></li> </ul>
3.	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berfikir rasional, memiliki kecenderungan materialistis,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membeli produk karena iming-iming</li> <li>- Membeli produk karena kemasannya</li> <li>- Membeli barang demi menjaga penampilan gengsi</li> </ul>

<sup>11</sup> Olson C Jerry Peter Paul J, "Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran", (Damos Sihombing: Jakarta Erlangga 2000), 6.

<sup>12</sup> Kotler, Philip, "Manajemen Pemasaran", Jilid 2 (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), 206.

		menginginkan kemewahan dan harta benda yang berlebihan dan pengguna segala hal yang dianggap paling mahal dan mendapat mendapat dorongan dari semua keinginan agar bisa memenuhi hasrat kesenangannya semata-mata. <sup>13</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga</li> <li>- Membeli prdouk demi menjaga simbol dan status</li> <li>- Membeli produk karena konformitas<sup>14</sup></li> </ul>
4.	Kontrol diri (Z)	Kontrol diri adalah adalah suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu ke arah konsekuensi positif sehingga perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kontrol perilaku (behavior control)</li> <li>- Kognitif (cognitive control)</li> <li>- Kontrol keputusan (decision control)<sup>15</sup></li> </ul>

---

<sup>13</sup> Wahyudi, "Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswa Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaz". *Jurnal Sosiologi*, Vol 1, No 4. (2013), 30

<sup>14</sup> Sumartono, *Teropong Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televis* (Bandung Alfabeta 2002), 58.

<sup>15</sup> Ibid, 19

		tujuan tertentu, seperti yang diinginkan. <sup>16</sup>	
--	--	---	--

#### ***F. Instrumen penelitian***

Instrumen penelitian adalah pengukuran yang bertujuan untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang telah dirumuskan. Dengan metode yang digunakan adalah kuesioener yaitu penyebaran angket. Angket adalah kumpulan pertanyaan yang dikumpulkan dan digunakan oleh peneliti agar ditanggapi oleh responden untuk di jawab, dengan melalui secara online dengan google form lalu dibagikan kepada responden melalui whatsapp agar diisi dan ditanggapi.<sup>17</sup> Pertanyaan tersebut dibuat secara skala likert.

Skala likert adalah skala yang digunakan mengukur sikap pendapat, dan presepsi seseorang atau kelompok orang terhadap suatu objek. Skala likert diukur dengan mnggunakan variabe-variabel yang diubah menjadi indikator untuk mengukur dengan menyiapkan instrumen penjelasan atau pertanyaan. Tanggapan setiap instrumen dalam skala likert berkisar dari “sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”, dan setiap tanggapan tersebut mendapatkan skor sebagi berikut:

---

<sup>16</sup> Ghufroon M. Nur, Rini Risnawati S. “Teori-Teori Psikologi”. (Yogyakarta: Ar Ruz Media, 2010), 22

<sup>17</sup> Kahirinal, menyusun: proposal, skripsi, tesis & disertasi. Jambi: Salim media indonesia. (2016), 340

**Tabel 3.3**  
**Skala likert**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Keterangan:

SS = Sangat setuju	: Diberi bobot/skor 5
S = Setuju	: Diberi bobot/skor 4
KS = Kurang setuju	: Diberi bobot/skor 3
TS = Tidak Setuju	: Diberi bobot/skor 2
STS = Sangat Tidak Setuju	: Diberi bobot/skor 1

#### ***G. Sumber Data***

##### **1. Data Sekunder**

Terdiri dari sumber buku-buku, website, penelitian terdahulu baik jurnal ilmiah.

#### ***H. Teknik Pengumpulan Data***

Teknik pengumpulan data yang dimaksud yakni teknik pengumpulan data informasi, yang sumber datanya diperoleh dari responden.

Teknik dalam pengumpulan data dalam hal ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Kusioner**

Merupakan serangkaian informasi atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dijawab oleh responden. Setelah itu kuesioner dikembalikan ke peneliti.

##### **2. Data sekunder**

Terdiri dari sumber dari buku-buku, website, penelitian terdahulu baik jurnal ilmiah atau skripsi.

### ***I. Teknik Analisis Data***

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu proses analisis terhadap data-data berbentuk angka dengan perhitungan statistik menggunakan SPSS sebagai alat ukurnya. Cara perhitungan statistik untuk mengukur pengaruh gaya hidup hedonis dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN *pengguna shopee paylater* dengan menggunakan SPSS.

#### **1. Uji Validitas dan Realibilitas**

##### **a. Uji Validitas**

Pengujian ini untuk mengetahui seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsinya. Alat ukur yang valid berarti alat yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Tinggi rendahnya validitas ditentukan oleh satu angka yang disebut dengan koefisien validitas.<sup>18</sup>

##### **b. Uji Realibilitas**

Uji realibilitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dilakukan reliable atau handal jika jawaban seseorang dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik

---

<sup>18</sup> Yahya Jakaria, "Mengelola Data Penelitian Kuantitatif Dengan SPSS", (Bandung Alfabeta, 2015), 104

Cronbach alpha. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,6$  sedangkan jika nilai Cronbach alpha ( $\alpha$ )  $< 0,6$  maka dikatakan tidak reliabel atau handal. Pengujian alpha akan dilakukan pada tiap bagian variabel independen dan variabel dependen.<sup>19</sup>

## 2. Transformasi data

Pada penelitian ini akan dilakukan transformasi data untuk merubah data ordinal menjadi data interval agar dapat diolah di SPSS menggunakan metode MSI.

## 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yaitu untuk menguji suatu model yang layak atau tidak layaknya digunakan dalam sebuah penelitian. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang berdistribusi secara normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov Simimov* satu arah.<sup>20</sup>

1. Nilai Sig atau probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi data tidak normal

---

<sup>19</sup> Ibid, 104

<sup>20</sup> Wiratna Sujarweni, Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi (Yogyakarta: Pustaka Press, 2015), 225.



2. Nilai Sig atau Probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi data normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan korelasi antar variabel independen (bebas). Jika ditemukan korelasi antar variabel independen, maka adanya masalah multikolinearitas. Model regresi berganda yang baik seharusnya tidak menimbulkan masalah multikolinearitas.<sup>21</sup> Metode pengujian yang paling sering digunakan dengan melihat nilai *Tolerance* Dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Jika nilai tolerance variabel  $>$  dari 0,10 dan nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolienaritas, dan jika nilai tolerance variabel  $<$  dari 0,10 dan VIF  $> 10$ , maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual dan pengamatan ke pengamatan lain.<sup>22</sup> Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat dengan menggunakan uji Glejser yang diketahui apakah pola variabel

---

<sup>21</sup> Imam Machali, “Metode Penelitian Kauntitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif”, (Yogyakarta: MPI,2016), 159.

<sup>22</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Muktivivariate, dengan program Ibm Spss 21*, eds.7, (Semarang: Badan Penerbit universitas Diponegoro, 2013), 93.

mengandung heteroskedastisitas atau tidak. Jika nilai statistik  $t_{hitung}$   $< t_{tabel}$  maka tidak mengandung heteroskedastisitas.<sup>23</sup>

#### 4. Uji Regresi Linier Berganda

Untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas peneliti menggunakan uji regresi linier berganda.<sup>24</sup> Persamaan untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel dependent (perilaku konsumtif)

a = konstanta persamaan regresi

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Gaya hidup hedonis

$X_2$  = lingkungan Sosial

E = Error (kesalahan)

#### 5. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam

---

<sup>23</sup> Ansofino, Dkk, Buku Ajar Ekonometrika. Hal.44

<sup>24</sup> Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistika Dengan SPSS 16.0 (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), 56

menerangkan variasi variabel dependen. Penerimaan dan penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:<sup>25</sup>

1. Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima,
2. Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik  $f$  dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Membandingkan nilai  $f$  hasil perhitungan dengan nilai  $f$  menurut tabel. Bila nilai  $f$  hitung lebih besar dari pada nilai  $f$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ .
2. Jika nilai signifikan  $\alpha < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikan  $\alpha > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah anatar 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi

---

<sup>25</sup> Riduwan, Dasar-Dasar Statistika (Bandung: Alfabeta, 2014), 210.

variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.<sup>26</sup>

#### 6. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus persamaan sebagai berikut:<sup>27</sup>

Persamaan Regresi Model 1 (MRA):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 + (X_1 * Z) + \varepsilon$$

Persamaan Regresi Model 2 (MRA):

$$Y = a + b_1 X_2 + b_2 + (X_2 * Z) + \varepsilon$$

Keterangan:

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

Y : Perilaku Konsumtif (Variabel dependen)

---

<sup>26</sup> Syahmsul Hadi dan Novi, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking". *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia 2015), 60.

<sup>27</sup> Lie Liana, "Pengguna MRA Dengan Spss Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen" *Jurnal Teknologi Dinamik* Vol XIV, No.2 (Juli 2009), 93.

$X_1$  : Gaya Hidup Hedonisme (Variabel Independent)

$X_2$  : Lingkungan Sosial ( Variabel Independent)

$Z$  : Kontrol Diri ( Moderating)

$\varepsilon$  : Koefisien Error

## **BAB IV**

### **Hasil dan Pembahasan**

## **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

### **1. Sejarah Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu**

Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu adalah, Universitas yang berada di kota palu Sulawesi Tengah. UIN Datokarama Palu didirikan berdasarkan keputusan Presiden No 11 tahun 1997

Dengan diberlakukannya KEPRES No.11 tahun 1997 tentang pendirian sekolah tinggi agama islam (STAIN), maka seluruh fakultas cabang dari 14 IAIN induk yang ada di Indonesia dengan sejumlah fakultas yang tersebar diberbagai daerah secara otomatis beralih status menjadi sekolah tinggi Agama islam. Sebagai tindak lanjut dari KEPRES tersebut di atas, Menteri agama RI mengeluarkan surat keputusan No. 303 tahun 1997 tentang organisasi tata kerja STAIN palu dan KEPMENAG RI No. 336 tahun 1997 tentang STATUTA STAIN palu. Dan untuk pengaturan alih status tersebut menjadi STAIN, Dirjen Bimbaga islam mengeluarkan surat keputusan No:E 136 1997 tentang pedoman pengaturan alih status tersebut. Nama yayasan “Datokarama” memiliki nilai histories sebagai tokoh pembawa pertama agama islam di lembah palu dan menjadi nama IAIN yang di perjuangkan sejak awal berdirinya di kota palu. Datokarama memiliki nama asli abdullah raqi, seorang tokoh berasal dari pagaruyung, kesultanan padang pariaman.

Dengan peralihan status tersebut, STAIN “Datokarama” palu memiliki otonomi penuh baik dalam pengelolaan ketenagaan, keuangan, sarana dan fasilitas maupun dalam pengembangan mutu akademiknya. Disamping itu, sangat dimungkinkan untuk menyelenggarakan program studi yang bervariasi sehingga

dapat menampung minat masyarakat yang beragama dalam kajian keislaman. Bahkan sesuai dengan peraturan yang berlaku, juga dapat membuka program pascasarjana, selain program pendidikan profesional setingkat D1, D2, D3 dan Akta IV. Peluang tersebut merupakan keuntungan tersendiri yang lebih memungkinkan STAIN “Datokarama” palu berkembang secara kompetitif untuk menjawab tuntutan dan tantangan masa depan yang lebih berat dan kompleks. Tepat pada tanggal 12 juli 2021, IAIN palu beralih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama palu, melalui peraturan presiden Nomor 61 tahun 2021.

## **2. Visi dan Misi Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu**

Adapun Visi dan Misi Universitas Islam Negeri (UIN) Datokaram Palu:

### **a. Visi**

Mengembangkan kajian islam moderat yang berbasis pada integrasi ilmu, spritualitas dan kearifan lokal.

### **b. Misi**

1. Menyelenggarakan pendidikan tinggi islam yang berbasis pada integrasi keilmuan.
2. Mengembangkan kajian islam yang mderat melalui pendekatan interdispliner, multidisipliner, dan transdisipliner.
3. Menyelenggarakan penguatan karakter berbasis pada nilai-nilai, seni, budaya dan kearifan lokal.

4. Mengembangkan penelitian yang berorientasi kepada pengembangan keilmuan islam masyarakat muslim
5. Menyelenggarakan pengabdian masyarakat dan bimbingan spritual islam.

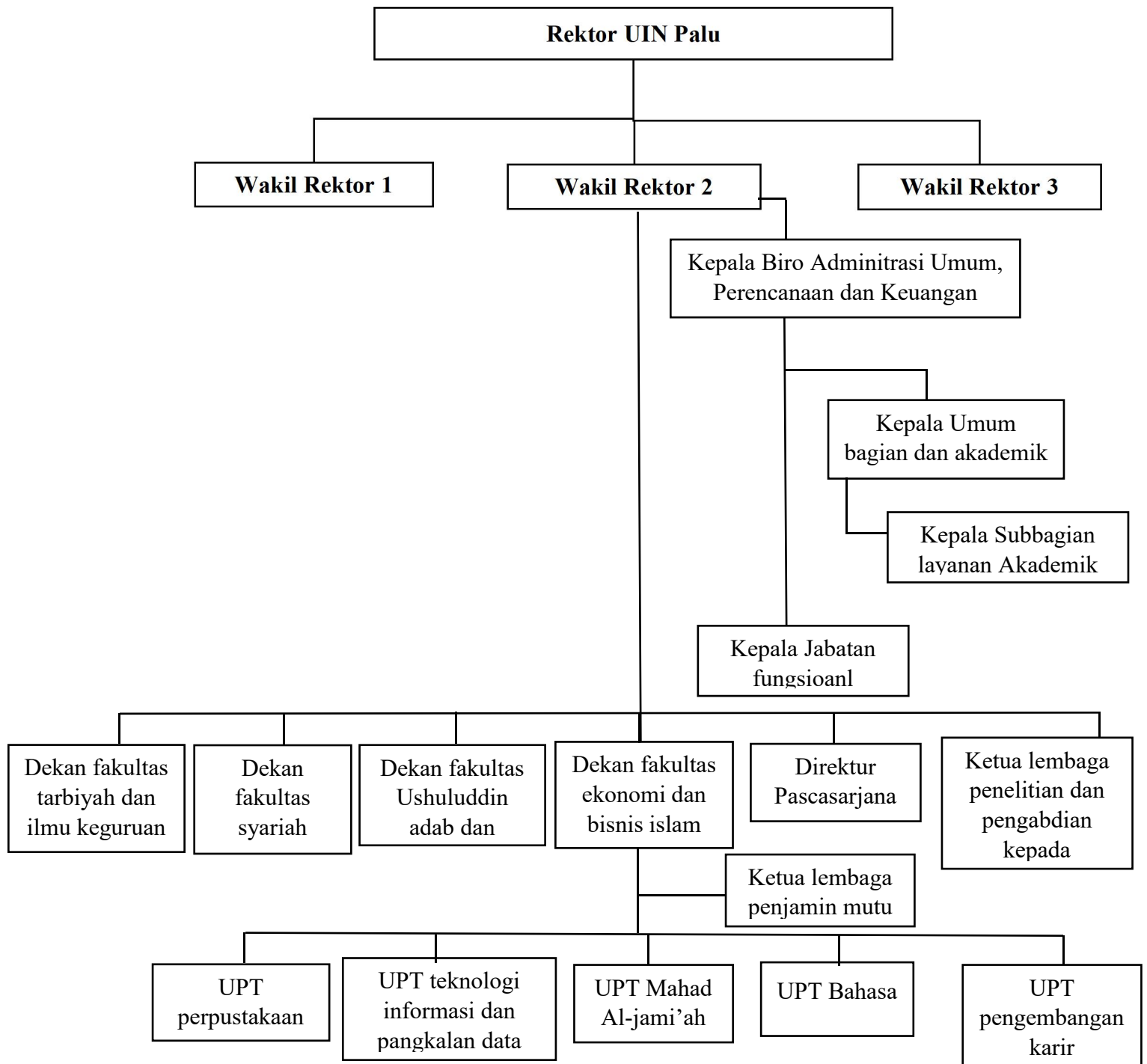
c. Tujuan

1. Menghasilkan intelektual muslim yang bermanfaat dan terbentuknya potensi insani yang unggul dengan berkearifan lokal
2. Mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi anggota masyarakat yang memiliki kedalaman spritual, keluruhan akhlak, kematangan profesional dan keluasan ilmu dan teknologi yang berbasis islam moderat
3. Mengembangkan dan menyebarkan pengetahuan islam, seni yang berbasis islam dan teknologi serta berusaha untuk menerapkan dalam rangka meningkatkan pemberdayaan potensi, dan memperkaya kultur nasioanal
4. Terciptanya sistem manajemen, kepemimpinan, dan kelembagaan yang sehat serta terwujudnya tata kelola administrasi yang prima
5. Terwujudnya iklim kampus yang islami sebagai pusat pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat yang berbasis islam moderat
6. Terciptanya jaringan kerja sama dengan lembaga lokal, nasional, dan internasioanal.



## Struktur Organisasi Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi UIN Palu**



Sumber: <https://uindatokarama.ac.id/organisasi>

## B. Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Kuesioner

Penelitian ini dilakukan Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu. Data penelitian ini menggunakan instrument dalam bentuk kuesioner online dan offline yang di bagikan kepada mahasiswa Uin Datokarama Palu angkatan 2021 sebagai sampel penelitian. Penyebaran kuesioner penelitian disebar oleh penulis kepada sampel yang diteliti dengan perencian sebagai berikut<sup>28</sup>:

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi kuesioner**

<b>Jumlah Sampel</b>	<b>Kuesioner disebar</b>	<b>Kuesioner ditanggapi</b>	<b>Kuesioner diolah</b>	<b>Presentase</b>
	93	93	93	100%
Jumlah				

*Sumber: Hasil Penelitian 2025*

Pada tabel diatas dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan 93 responden dengan penyebaran kesioner secara offline dan online.

#### a. Variabel Penelitian

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden berdasar kan fakultas**

<b>Jurusan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Ftik	33	35,4
Fasya	10	10,7
Fuad	10	10,7
Febi	40	43,0

---

<sup>28</sup> Link Kuesioner Online :

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQxLSd12LrseDcL25EphZAIOSNVRlw0HiryVvCJedqoxgkuPjK77g/viewform?usp=header>

<b>Total</b>	93	100
--------------	----	-----

Berdasarkan tabel 4.2 diatas bahwa responden yang terbanyak menggunakan Shopee paylater yaitu fakultas febi dengan jumlah 40 (43,0%) dan di susul oleh beberapa responden lainnya seperti ftik 33 (35,4%), fuad 10 (10,7%), fasya 10 (10,7%) responden.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik berdasarkan jenis kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Perempuan	78	83,8
Laki-laki	15	16,1
<b>Total</b>	93	100

*Sumber: Hasil penelitain 2025*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas bahwa responden yang terbanyak adalah perempuan dengan jumlah 78 (83,8%) dan laki-laki dengan jumlah 15 (16,1%) responden.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik berdasarkan usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
20-25	83	93,5
17-20	6	6,4
<b>Total</b>	97	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2025*

Berdasarkan tabel diatas 4.4 bahwa responden yang paling dominan berada pada 20-25 tahun sebanyak 83 dengan presentase 93,5 usia 17-20 sebanyak 6 dengan presentase 6,4.

## 2. Deskripsi Variabel

Apabila data telah terkumpul dan tertabulasi dengan baik, maka langkah yang selanjutnya adalah untuk melihat tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian yaitu: Gaya Hidup Hedonisme dan Lingkungan Sosial (Variabel Independent), Perilaku Konsumtif (Variabel Dependen), dan Kontrol Diri (Moderating). Kemudian dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut, maka terlebih dahulu harus dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana dalam Iskandar adalah sebagai berikut:

$P = \text{Rentang}$

$\text{Banyak kelas}$

Keterangan:

$P$  = Panjang kelas interval

$\text{Rentang}$  = Data tertinggi – Data terendah

$\text{Banyak kelas}$  = 5

Maka interval dari kriteria penelitian rata-rata dapat diinterpretasikan berikut ini :

Sangat Buruk = 1,0 – 1,6

Buruk = 1,7 – 2,4

Baik = 2,5 – 3,2

Sangat Baik = 3,3 – 4,0

Deskripsi hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	Total	N	Mean	Interpretasi
		STS	TS	KS	S	SS	Skor			

#### Gaya Hidup Hedonisme

1.	Saya senang mengikuti gaya hidup yang sedang trend	2	7	23	15	46	375	93	4,03	Sangat Baik
		2,1%	7,52 %	24, 73%	16, 12%	49, 46%				
2.	Saya merasa puas ketika menggunakan barang yang bermerek	5	13	21	22	32	342	93	3,67	Sangat Baik
		5, 37%	13, 97%	22, 58%	23, 65%	34, 40%				
3.	Saya cenderung mengikuti fashion artis	3	7	27	12	44	372	93	4,00	Sangat Baik

	favorite saya									
		3, 22%	7,52 %	29, 03%	12, 90%	47, 31%				
4.	Saya merasa senang nongkrong bersama teman- teman	2	7	23	22	40	373	93	4,01	Sangat Baik
		2,1%	7, 52%	26, 88%	23, 65%	43, 01%				
5	Saya senang mengunjungi berbagi tempat aktivitas hiburan	2	0	20	36	35	362	93	3,89	Sangat Baik
		2,1%		21, 50%	38, 70%					
6	Saya menghabiskan waktu dengan kegiatan yang bermanfaat	2	8	20	28	35	365	93	3,92	Sangat Baik

		2,1%	8,60 %	21, 50%	30, 10%	37, 63%				
7.	Saya cenderung memilih pakaian dan aksesoris yang mencolok sehingga membuat orang tertarik melihatnya	5	12	25	25	26	334	93	3,59	Sangat Baik
		5,37 %	12, 90%	32, 25%	26, 88%	27, 95%				

Dari hasil jawaban responden dapat dilihat bahwa pernyataan pertama variabel Gaya Hidup hedonisme yaitu sebanyak 46 orang sangat setuju, 15 orang setuju, 23 orang netral, 7 orang tidak dan 2 sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 93 responden 375 dengan nilai rata-rata 4,03 maka, pernyataan pertama termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan dari responden pernyataan kedua yaitu sebanyak 32 orang sangat setuju, 22 orang setuju, 21 orang netral, 13 tidak setuju dan 5 orang sangat tidak setuju. Total jumlah skor adalah 342 dengan nilai rata-rata 3,67 maka, pernyataan kedua termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan dari responden pernyataan ketiga yaitu sebanyak 44 orang jawab sangat setuju, 12 orang setuju, 30 orang netral, 7 orang tidak setuju dan 3 orang sangat tidak setuju. Skor jumlah 372 dengan nilai rata-rata 4,00 maka, pernyataan ketiga termasuk interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan keempat yaitu sebanyak 40 orang sangat setuju, 22 orang setuju, 23 netral, 7 orang tidak setuju dan 2 orang sangat tidak setuju. Skor jumlah 373 dengan nilai rata-rata 4,01 maka, pernyataan keempat termasuk interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan kelima yaitu sebanyak 37 orang sangat setuju, 36 orang setuju, 20 orang netral dan 2 orang sangat tidak setuju. Skor jumlah 362 dengan nilai rata-rata 3,89 maka, pernyataan kelima termasuk interpretasi sangat baik

Tanggapan responden dari pernyataan keenam yaitu sebanyak 35 orang sangat setuju, 28 orang setuju, 20 orang netral 8 orang tidak setuju dan 2 orang sangat tidak setuju. Skor jumlah 365 dengan nilai rata-rata 3,92 maka, pernyataan keenam termasuk intpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan ketujuh yaitu sebanyak 26 orang sangat setuju, 25 orang setuju, 25 orang netral, 12 orang tidak setuju dan 5 orang sangat tidak setuju. Skor jumlah 334 dengan nilai rata-rata 3,59 maka, pernyataan ketujuh termasuk intepretasi sangat baik.



### Lingkungan Sosial

1.	Saya tertarik membeli suatu barang, setelah mendengar informasi dari teman	3	2	26	32	30	365	93	3,92	Sangat Baik
		3, 22%	2,1%	27, 95%	34, 40%	32, 25%				
2.	Saya terpengaruh dari teman saya, dari produk yang dia gunakan	0	16	27	21	29	342	93	3,67	Sangat Baik
			17 20%	29, 03%	22, 58%	31, 18%				
3.	Saya mengetahui informasi suatu produk dari keluarga	3	2	21	31	37	379	93	4,07	Sangat Baik
		3, 22%	2,1%	22, 58%	33, 33%	39, 78%				
4.	Pendapat keluarga	0	18	29	20	26	362	93	3,89	Sangat Baik

	menjadi pertimbangan untuk membeli suatu produk									
			19, 35%	31, 18%	21, 50%	27, 95%				
5.	Saya membeli suatu barang untuk dijadikan status sosial	2	15	27	16	33	358	93	3,84	Sangat Baik
		2,1%	16, 12%	29, 03%	17, 20%	35, 48%				
6.	Saya membeli barang yang dapat mewakili peran dan status dimasyarakat	4	15	29	21	24	333	93	3,58	Sangat Baik
		4, 30%	16, 12%	35, 48%	22, 58%	25, 80%				

Dari hasil jawaban responden dapat dilihat bahwa pernyataan pertama variabel lingkungan sosial sebanyak 30 orang sangat setuju, 32 orang setuju, 26 orang netral, 2 orang tidak setuju dan 3 orang sangat tidak setuju. Jumlah skor

adalah 365 dengan nilai rata-rata 3,92 maka, pernyataan pertama termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan kedua yaitu sebanyak 29 orang sangat setuju, 21 orang setuju, 27 orang netral, 16 orang tidak setuju. Jumlah skor adalah 342 dengan nilai rata-rata 3,67 maka, pernyataan kedua termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan ketiga sebanyak 37 orang sangat setuju, 31 orang setuju, 21 orang netral, 2 orang tidak setuju dan 3 orang sangat tidak setuju. Jumlah skor 379 dengan nilai rata-rata 4,07 maka, pernyataan ketiga termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan keempat sebanyak 26 orang sangat setuju, 20 orang setuju, 29 orang netral, 18 orang tidak setuju. Jumlah skor 362 dengan nilai rata-rata 3,89 maka, pernyataan keempat termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan kelima 33 orang sangat setuju, 16 orang setuju, 27 orang netral, 15 orang tidak setuju dan 2 orang sangat tidak setuju. Jumlah skor adalah 358 dengan nilai rata-rata 3,84 maka, pernyataan kelima termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan keenam 24 orang sangat setuju, 21 orang setuju, 29 orang netral, 15 orang tidak setuju dan 4 orang sangat. Jumlah skor adalah 333 dengan nilai rata-rata 3,58 maka, pernyataan kelima termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Perilaku Konsumtif

1.	Saya membeli barang tidak lagi melihat manfaat akan tetapi hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan	2	2	30	19	40	372	93	4,00	Sangat Baik
		2,1 %	2,1 %	32, 25%	20,4 3%	34, 01%				
2.	Saya membeli produk karena terpengaruh oleh promo dan diskon yang ditawarkan	0	15	27	24	27	342	93	3,67	Sangat Baik
			16,1 2%	29, 03%	25, 80%	29, 03%				
3.	Saya membeli barang yang kemasanya menarik dan unik	2	2	25	29	35	372	93	4,00	Sangat Baik
		2,1 %	2,1 %		31, 18%	37, 63%				
4.	Saya cenderung membeli produk	0	0	26	32	36	386	93	4,15	Sangat Baik

	yang memiliki kemasan yang praktis dan mudah digunakan									
				27, 95%	34, 40%	38, 70%				
5.	Saya membeli barang-barang yang bermerek dari pada barang-barang biasa	3	7	21	21	43	379	93	4,07	Sangat Baik
		3, 22 %	7, 52%	22, 58%	22, 58%	46, 23%				
6.	Saya lebih menyukai membeli produk yang harganya sesuai dengan kualitasnya	0	7	11	26	51	406	93	4,36	Sangat Baik
			7, 52%	11, 82%	27, 95%	54, 83%				
7.	Saya membandingkan harga produk dari berbagai penjual	0	0	17	28	48	403	93	4,33	Sangat Baik

	sebelum membeli produk tersebut									
				18, 27%	30, 10%	52, 61%				
8.	Saya merasa dihormati ketika membeli produk tertentu agar tidak dianggap miskin dan rendahan	2	8	21	17	45	374	93	4,02	Sangat Baik
		2,1 %	8, 60%	22, 58%	18, 27%	48, 38%				

Dari hasil jawaban responden dapat dilihat untuk variabel perilaku konsumtif yaitu sebanyak 40 orang sangat setuju, 19 orang setuju, 30 orang netral, 2 orang tidak setuju dan 2 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban adalah 372 dengan nilai rata-rata 4,00 maka, pernyataan pertama termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan kedua 27 orang sangat setuju, 24 orang setuju, 24 orang netral, 15 orang tidak setuju. Jumlah skor jawaban adalah 342 dengan nilai rata-rata 3,67 maka, pernyataan kelima termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan ketiga 35 orang sangat setuju, 29 orang setuju, 29 orang netral, 7 orang tidak setuju dan 2 orang sangat tidak setuju. Jumlah skor jawaban adalah 372 dengan nilai rata-rata 4,00 maka, pernyataan ketiga termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan keempat 36 orang sangat setuju, 32 orang setuju, 26 orang netral. Total skor jawaban 386 dengan nilai rata-rata 4,15 maka, pernyataan keempat termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan kelima 43 orang sangat setuju, 21 orang setuju, 21 orang netral, 7 orang tidak setuju dan 3 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban 379 dengan nilai rata-rata 4,07 maka, pernyataan kelima termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan keenam 51 orang sangat setuju, 26 orang setuju, 11 orang netral, 7 orang tidak setuju. Total skor jawaban 406 dengan nilai rata-rata 4,36 maka, pernyataan keenam termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan ketujuh 48 orang sangat setuju, 28 orang setuju, 17 orang netral. Total skor jawaban 403 dengan nilai rata-rata 4,33 maka, pernyataan ketujuh termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan kedelapan 45 orang sangat setuju, 17 orang setuju, 21 orang netral, 8 orang tidak setuju dan 2 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban 374 dengan nilai rata-rata 4,02 maka, pernyataan kedelapan termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Kontrol Diri

1.	Saya menunda kepuasan untuk mencapai sesuatu yang saya inginkan	0	2	28	30	36	386	93	4,15	Sangat Baik
			2,1%	30, 10%	32, 25%	38, 70%				
2.	Saya mampu mengendalikan perilaku dalam situasi sosial	0	0	22	37	34	384	93	4,12	Sangat Baik
				23, 65%	39, 78%	36, 55%				
3.	Saya berusaha berfikir dalam membeli sesuatu untuk tidak mengikuti orang lain	0	2	21	40	30	377	93	4,05	Sangat Baik
			2,1%	22, 58%	43, 01%	32, 25%				
4.	Saya meminta pendapat orang-orang yang telah berpengalaman	0	0	23	26	44	393	93	4,22	Sangat Baik



	menjadi salah satu terciptanya keputusan yang baik									
				24, 73%	27, 95%	47, 31%				
5.	Saya menyadari untuk membeli suatu barang harus berdasarkan pertimbangan yang baik	0	0	9	22	62	425	93	4,56	Sangat Baik
				9.6%	23, 65%	66, 66%				

Dari hasil jawaban responden dapat dilihat untuk variabel kontrol diri yaitu sebanyak 36 orang sangat setuju, 30 orang setuju, 28 orang netral. Total skor jawaban 386 dengan nilai rata-rata 4,15 maka, pernyataan pertama termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan kedua 34 orang sangat setuju, 37 orang setuju, 22 orang netral. Total skor jawaban 384 dengan nilai rata-rata 4,12 maka, pernyataan kedua termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan ketiga 30 orang sangat setuju, 40 orang setuju, 21 orang netral dan 2 orang tidak setuju. Total skor jawaban 377

dengan nilai rata-rata 4,05 maka, pernyataan ketiga termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan keempat 44 orang sangat setuju, 26 orang setuju, 23 orang netral. Total skor jawaban 393 dengan nilai rata-rata 4,22 maka, pernyataan keempat termasuk dalam interpretasi sangat baik.

Tanggapan responden dari pernyataan kelima 62 orang sangat setuju, 22 orang setuju dan 9 orang netral. Total skor jawaban 425 dengan nilai rata-rata 4,56 maka, pernyataan kelima termasuk interpretasi sangat baik.

### 3. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Syarat minimum untuk memenuhi syarat validitas apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , berdasarkan perhitungan ditentukan bahwa nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,2039. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan dinilai positif maka indikator dinyatakan valid.<sup>29</sup>

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	X1.1	0,685	0.2039	Valid
	X1.2	0,618	0.2039	Valid

---

<sup>29</sup> Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23M, (Valid Cet I; Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 53.

Gaya Hidup Hedonisme (X1)	X1.3	0,752	0.2039	Valid
	X1.4	0,550	0.2039	Valid
	X1.5	0,570	0.2039	Valid
	X1.6	0,483	0.2039	Valid
	X2.7	0,663	0.2039	Valid
Lingkungan Sosial (X2)	X2.1	0,632	0.2039	Valid
	X2.2	0,737	0.2039	Valid
	X2.3	0,672	0.2039	Valid
	X2.4	0,623	0.2039	Valid
	X2.5	0,635	0.2039	Valid
	X2.6	0,613	0.2039	Valid
	Z.1	0,640	0.2039	Valid
Kontrol diri (Z)	Z.2	0,727	0.2039	Valid
	Z.3	0,753	0.2039	Valid
	Z.4	0,735	0.2039	Valid
	Z.5	0,760	0.2039	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,350	0.2039	Valid
	Y.2	0,517	0,2039	Valid
	Y.3	0,639	0.2039	Valid
	Y.4	0,544	0.2039	Valid
	Y.5	0,569	0.2039	Valid
	Y.6	0,523	0.2039	Valid
	Y.7	0,539	0.2039	Valid
	Y.8	0,483	0.2039	Valid

*Sumber Data: Output SPSS 23*

Pada Tabel 4.5 bahwa nilai  $r_{hitung}$  pada kolom correletion untuk masing-masing dari empat variabel diatas dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu 0,2039.

b. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas Merupakan uji data yang diperoleh sebagai hasil dari jawaban kuesioner yang telah di gunakan, jika kuesioner tersebut reliabel, maka jawaban responden tersebut akan konsisten dari waktu ke waktu. Teknik pengujian realibilitas yaitu menggunakan SPSS (*Statistical Packaged For Sosial Siences*) versi 23 dimana dalam mengukur realibilitas menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu instrument dinyatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) lebih dari 0,60.

**Tabel 4.6**  
**Uji Realibilitas Berdasarkan Variabel**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Gaya Hidup Hedonisme (X1)	0,730	Reliabel
Lingkungan Sosial (X2)	0,729	Reliabel
Kontrol Diri (Z)	0,613	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,772	Reliabel

*Sumber: Data Output SPSS 23*

Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ), variabel independent (Gaya Hidup Hedonisme X1) dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,730. Variabel independent (Lingkungan Sosial X2) dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,729. Variabel Moderating (Kontrol Diri Z) dengan nilai Cronbach's Alpha

sebesar 0,772. Variabel dependen (Perilaku Konsumtif Y) dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,613 yang artinya bahwa variabel X1, X2, X3 dan Y dinyatakan reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya.

#### **4. MSI (*Method Of Succesive Internal*)**

Metode suksesif interval adalah proses mengubah data ordinal menjadi interval. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana melakukan pemodelan regresi linear sederhana dengan menggunakan data berskala ordinal yang transformasikan menjadi data interval dengan metode transformasi MSI.<sup>30</sup>

#### **5. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan diterima serta menghindari adanya kemungkinan sebuah pelanggaran asumsi klasik yang didasari pada asumsi dasar pada metode regresi.

Hasil uji asumsi klasik disajikan sebagai berikut:

##### **a) Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan melihat tabel berikut:<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Sarwono, Jonathan, And Cara Perhitungan MSI. "Mengubah Data Ordinal Ke Data Interval Dengan Metode Suksesif Interval (MSI)." (2019).

<sup>31</sup> Sarwono, Jonathan, And Cara Perhitunagn MSI. "Mengubah Data Ordinal Ke Data Interval Dengan Metode Suksesif Interval (MSI)." (2019).

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		93
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.51662229
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.098
	Negative	-.070
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.027 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

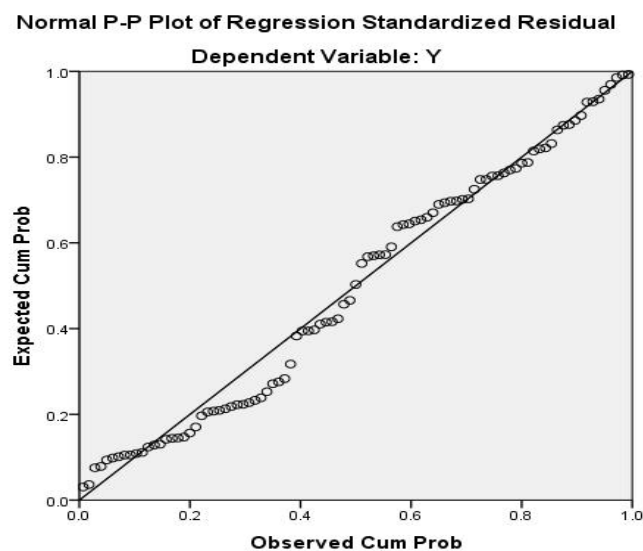
**Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas**

*Sumber: Data Output SPSS. 23*

Pada tabel 4.7 diatas penelitian yang digunakan uji kolmogrov-smirnov untuk menguji apakah variabel berdistribusi secara normal yang di uji pada data SPSS 23. Variabel dikatakan berdistribusi normal jika signifikasi  $> 0,05$ . Pada

bagian Asymp. Sig (2-tailed) adalah 0,027. Kemudian cara mendeteksi bahwa data penelitian ini berdistribusi normal bisa dilihat dengan analisis grafik histogram yang dimana dalam grafik tersebut membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas (Histogram)**



*Sumber: Data Output SPSS, 23*

Berdasarkan grafik diatas, terlihat titik-titik menyebar di bagian garis diagonal, penyebaran ini menandakan bahwa regresi ini layak digunakan, karena apabila data menyebar disekitar garis diagonal, maka memenuhi syarat asumsi normalitas. Kemudian untuk melihat penelitian ini berdistribusi normal dapat

dilihat pada analisis grafik histogram. Penyajian grafik dalam ini ini sebagai berikut:

b) Uji multikolonearitas

Uji multikolonearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat maka terjadi korelasi, dan dinamakan problem multikolonearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent.<sup>32</sup>

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolonearitas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.298	1.833		2.344	.021		
X1	.451	.079	.465	5.668	.000	.660	1.516
X2	.380	.089	.356	4.255	.000	.637	1.570
Z	.203	.080	.173	2.536	.013	.957	1.045

a. Dependent Variable: Y  
Sumber: Data Output SPSS 23

Pada tabel *Coeffisient* menunjukkan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independent. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolonearitas. Dengan begitu hasil perhitungan VIF menunjukkan bahwa nilai

<sup>32</sup> Ibid. 1



VIF masing-masing variabel kurang dari 10. Dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi bahwa tidak ada multikolonearitas antara variabel bebas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan melihat nilai *Coffisients* Sig  $t > 0,05$ . Adapun cara mendeteksinya dengan melihat tabel berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

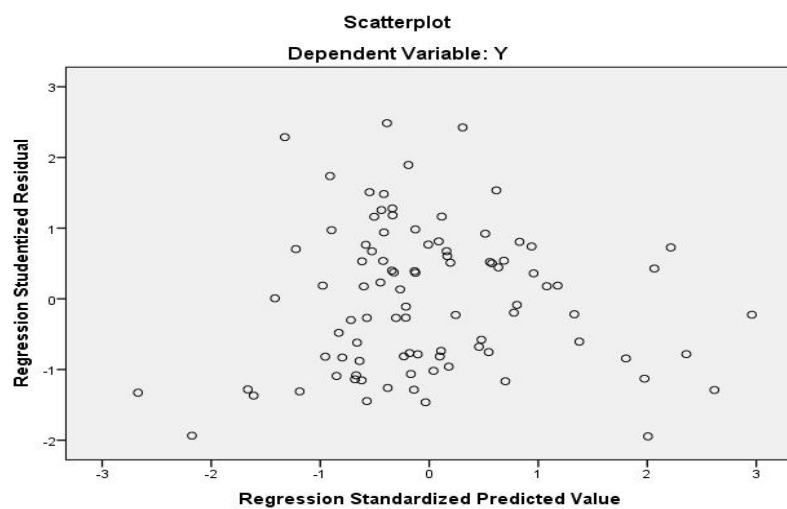
Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.263	.932		3.503	.001
	X1	-.045	.040	-.141	-1.120	.266
	X2	-.055	.045	-.156	-1.221	.225
	Z	.050	.041	.128	1.226	.223

a. Dependent Variable: ABS\_RES

*Sumber: Data Output SPSS 23*

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel nilai X1 dengan nilai Siginifikan  $0,266 > 0,05$  nilai X2 Sig  $0,225 > 0,05$  dan nilai Z Sig  $0,223 > 0,05$  sehingga dapat dilihat bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun Heteroskedastisitas juga dapat dilihat dengan cara sebagai berikut:

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**



*Sumber: Data Output SPSS 23*

Pada Gambar grafik *scatterplot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut cenderung menyebar dan tak berpola ataupun berbentuk dengan beraturan, sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

## **6. Uji Regresi Linier Berganda**

Uji Regresi Linier Berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan dari dua variabel atau lebih yaitu variabel dependent dan independent dengan adanya data hasil pengukuran. Sehingga dari hasil dari regresi berganda ini akan diketahui ada tidaknya pengaruh secara parsial dan simultan variabel gaya

hidup hedonisme (X1), lingkungan sosial (X2) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

Berdasarkan hasil data olah SPSS 23, maka diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Regresi Linier Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4413.960	1992.813		2.215	.029
Gaya Hidup Hedonisme	.289	.098	.241	2.942	.004
Lingkungan Sosial	.625	.092	.557	6.797	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

*Sumber: Data Output SPSS 23.S*

Berdasarkan hasil analisis linier berganda pada tabel diatas, dimasukkan ke dalam model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 4413.960 + 0,289X_1 + 0,625X_2$$

Persamaan regresi linier berganda diatas menunjukkan bahwa ke dua variabel independent (gaya hidup hedonisme, lingkungan sosial), dari hasil perhitungan diatas menunjukkan sebagai berikut: konstanta positif sebesar 4413.960, menyatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa akan meningkat sebesar

4413.960 jika variabel gaya hidup hedonisme, lingkungan sosial atau bernilai nol (0).

1. Nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,289 menunjukkan bahwa variabel gaya hidup mempunyai pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel gaya hidup akan mempengaruhi perilaku konsumtif, sebesar 0,289. Dengan begitu bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,625 menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial mempunyai pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel lingkungan sosial akan mempengaruhi perilaku konsumtif, sebesar 0,625. Dengan begitu bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 7. Hasil Pengujian Hipotesis

### a. Uji parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen X benar-benar memberikan kontribusi terhadap variabel dependen atau tidak. Berikut dibawah hasil Uji T pada tabel *coefficients*.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji T (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4413.960	1992.813		2.215	.029

Gaya Hidup Hedonisme	.289	.098	.241	2.942	.004
Lingkungan Sosial	.625	.092	.557	6.797	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji t di atas, untuk mengetahui besaran dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel X1 terhadap Y

Berdasarkan hasil output diperoleh nilai signifikan  $0,004 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2.942 > 1.986$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima secara parsial yang artinya variabel Gaya Hidup Hedonisme (X1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

2. Variabel X2 terhadap Y

Berdasarkan hasil output diperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $6.797 > 1.986$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima secara parsial yang artinya variabel Lingkungan Sosial (X2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (X2).

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu (X1) dan (X2) memberikan kontribusi secara bersama-sama atau signifikan terhadap variabel dependen (Y). Berikut dapat dilihat melalui uji ANOVA, sebagai berikut:

**Tabel 4.11**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	637065029.	2	318532514.9	35.585	.000 <sup>b</sup>

	916		58		
Residual	805613548.084	90	8951261.645		
Total	1442678578.000	92			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Gaya Hidup Hedonisme

### Hasil Uji F (Simultan)

*Sumber: Output SPSS. 23*

Berdasarkan perhitungan tabel diatas 4.11 maka diperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} 35,585 > 3.10$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel  $X_1$  (Gaya Hidup Hedonisme) dan  $X_2$  (Lingkungan Sosial) terhadap  $Y$  (Perilaku Konsumtif).

### c. Uji Koefisien Determinasi

Uji determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai presentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan hasil uji determinasi seperti tabel di bawah ini:

**Tabel 4.12**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.665 <sup>a</sup>	.442	.429	2991.86591

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Gaya Hidup Hedonisme

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

*Sumber: Data Output SPSS. 23*

Pada tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa besarnya presentase yang dihasilkan pada kolom r square sebesar 0,442 hal ini menunjukkan bahwa perubahan variasi variabel perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan Shopee paylater (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel Gaya hidup hedonisme (X1), Lingkungan Sosial sebesar 44,2%. Sedangkan sisanya (100% - 44,2% = 55,8%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

## 8. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) merupakan aplikasi regresi linier berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi perkalian (perkalian dua atau lebih variabel independen). Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel moderating (Z) dapat memoderasi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen X) terhadap dependen (Y).

Persamaan model MRA:

$$Y = + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 * Z + \beta_4 X_2 * Z + \varepsilon$$

Variabel Z (kontrol diri) dalam memoderasi X1, X2 terhadap Y dengan kriteria sebagai berikut:<sup>33</sup>

1. Quasi Moderator (Moderator Semu), adalah pengaruh dari Z terhadap X pada estimasi pertama dan pengaruh interaksi X\*Z pada estimasi kedua, sama-sama signifikan terhadap Y. Quasi moderasi merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dimana variabel moderasi semu berinteraksi dengan variabel independen sekaligus menjadi variabel independen.

---

<sup>33</sup> Dedi Rianto Rohadi dan Mftah farid, MONOGROF Analisis Variabel Moderating (Cet: I, Cv.Lentera Ilmu Mandiri, 2021). 24-25.

2. Pure Moderator (Moderator Murni), apabila pengaruh dari Z terhadap Y pada estimasi pertama tidak berpengaruh signifikan terhadap Y sedangkan interaksi  $X*Z$  pada estimasi kedua berpengaruh signifikan terhadap Y. Pure moderasi merupakan variabel moderasi yang memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dimana variabel moderasi murni berinteraksi dengan variabel independen tanpa menjadi variabel dependen.
  3. Prediktor Moderasi (Moderasi Prediktor) apabila pengaruh dari Z terhadap Y pada estimasi pertama signifikan dan pengaruh interaksi  $X*Z$  pada estimasi kedua tidak signifikan. Artinya bahwa variabel moderasi ini hanya berperan sebagai variabel independen dalam model hubungan yang dibentuk.
  4. Homologizer Moderasi (Moderasi Potensial) apabila pengaruh dari Z terhadap Y pada estimasi pertama dan pengaruh interaksi  $X*Z$  pada estimasi kedua, tidak ada satupun yang signifikan. Artinya variabel ini tidak berinteraksi dengan variabel independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen.
  5. Variabel Moderasi juga bisa dilihat pada kolom Standardized Coefficients Beta yang bernilai negatif maka variabel tersebut merupakan variabel pemoderasi antara hubungan yang dibentuk.
1. Untuk menguji keberadaan Z (kepercayaan) dalam memoderasi  $X_1$  terhadap Y. langkah awal yang dilakukan:
    - a. Estimasi  $X_1$  dan Z terhadap Y



$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_3 Z + \varepsilon$$

b. Estimasi  $X_1$ ,  $Z$  dan  $X_1 * Z$  terhadap  $Y$

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_3 Z + \beta_4 X_1 Z + \varepsilon$$

**Tabel 4.13**  
**Hasil Pengaruh Variabel  $X_1$  dan  $Z$  terhadap  $Y$**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4748.423	2641.882		1.797	.076
Gaya Hidup Hedonisme	.455	.109	.379	4.186	.000
Kontrol Diri	.432	.119	.329	3.627	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data SPSS.23

**Tabel 4.14**  
**Hasil Pengaruh Variabel  $X_1$ ,  $Z$  dan  $X_1 * Z$  terhadap  $Y$**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12142.379	10703.739		1.134	.260
Gaya Hidup Hedonisme	.059	.565	.049	.105	.917
Kontrol Diri	-.058	.698	-.044	-.084	.933
$X_1 Z$	2.621E-5	.000	.513	.713	.478

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data SPSS. 23

Dari tabel diatas disimpulkan bahwa pengaruh  $Z$  terhadap  $Y$  pada tabel pertama (signifikan) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  dan adapun pengaruh

Z\*X1 terhadap Y pada tabel kedua, tidak signifikan  $0,478 > 0,05$  dan dilihat Pada tabel *Standardized Coefficient Beta* bernilai positif. Artinya variabel Z bukan variabel yang memoderasi X1 terhadap Y. maka dapat disimpulkan variabel kontrol diri merupakan prediktor moderasi, artinya bahwa variabel moderasi (Z) hanya berperan sebagai variabel prediktor (independen) dalam hubungan yang dibentuk dan bukan variabel moderator untuk X1 (Gaya Hidup Hedonisme) terhadap (Perilaku Konsumtif).

2. Untuk menguji keberadaan Z, (Kontrol Diri) dalam memoderasi X2 terhadap Y, Langkah awal dilakukan sebagai berikut:

a. Estimasi X2 dan Z terhadap Y

$$Y = \beta_0 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \varepsilon$$

b. Estimasi X2, Z dan X2\*Z terhadap Y

$$Y = \beta_0 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 X_2 * Z + \varepsilon$$

**Tabel 4.15**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6690.315	1894.203		3.532	.001
Lingkungan Sosial	.643	.098	.574	6.545	.000
Kontrol Diri	.175	.115	.133	1.521	.132

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

#### Hasil Pengaruh X2 dan Z terhadap Y

*Sumber: Data SPSS.23*

**Tabel 4.16**  
**Hasil Pengaruh X2, Z dan X2\*Z terhadap Y**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8434.454	7532.810		1.120	.266
Lingkungan Sosial	.530	.485	.472	1.092	.278
Kontrol Diri	.066	.471	.050	.140	.889
X2Z	7.023E-6	.000	.154	.239	.811

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data SPSS. 23

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari Z terhadap Y pada tabel pertama (tidak signifikan) dengan tingkat signifikan  $0,132 > 0,05$  dan pengaruh  $Z \times X_2$  terhadap Y pada tabel kedua, tidak signifikan  $0,811 > 0,05$  dan dilihat pada tabel *Standardized Coefficients Beta* yang bernilai positif. Artinya bahwa variabel Z bukan variabel moderasi untuk  $X_2$  terhadap Y. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kontrol diri merupakan Moderasi potensial yang artinya variabel ini tidak berinteraksi dengan variabel independen  $X_2$  (Lingkungan sosial) dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen (Perilaku Konsumtif).

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonisme ( $X_1$ ) dan lingkungan sosial ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa UIN Datokarama Palu dengan

menggunakan *Shopee paylater* dengan kontrol diri (Z) sebagai variabel moderating. Berdasarkan hasil analisis, maka hasil penelitian sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Menggunakan *Shopee Paylater*.**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa gaya hidup hedonisme memberikan pengaruh secara signifikan jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan nilai pada tabel *Coefficients* dengan nilai tingkat signifikan harus lebih besar dari 0,05 maka variabel Gaya hidup hedonisme memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *shopee paylater*. Dan apabila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) dan nilai pada tabel *Coefficients* dengan nilai tingkat koefisien lebih besar dari 0,05 maka variabel Gaya Hidup Hedonisme tidak signifikan, atau tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *Shopee Paylater*.

Gaya Hidup Hedonisme (X1) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  2.942 >  $t_{tabel}$  1,986 dan memiliki nilai signifikan  $0,004 < 0,05$ . Hal ini memberikan makna secara parsial bahwa variabel gaya hidup hedonisme (X1) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). dengan begitu bahwa gaya hidup hedonisme sangat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *Shopee Paylater*.

Sehingga dalam hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa gaya hidup ialah cara seseorang menghabiskan waktunya, sehingga mahasiswa lebih

memikirkan kesenangan serta tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu dalam hal ini tergolong dalam perilaku konsumtif.<sup>34</sup>

Penelitian ini didukung oleh Ni putu Novi anggraini dan Gede Sri darma yang menyatakan semakin tinggi gaya hidup, maka semakin tinggi perilaku konsumtif dalam menggunakan Shopee Paylater<sup>35</sup>. Sehingga Hasil penelitian ini memberikan indikasi tingginya gaya hidup generasi muda, maka akan berpengaruh dengan meningkatnya perilaku konsumtif dalam menggunakan Shopee Paylater.

Maka dari hasil pengujian tersebut pada hipotesis pertama  $H_1$  diterima, bahwa pengaruh gaya hidup hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

## **2. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Menggunakan *Shopee Paylater*.**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa lingkungan sosial memberikan pengaruh signifikan jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan nilai pada tabel *Coefficients* dengan nilai tingkat signifikan harus lebih kecil dari 0,05 maka variabel lingkungan sosial dianggap memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *Shopee Paylater*.

---

<sup>34</sup> James F.Engel, Roger D.Blackwell, Paul W.Miniard, F.X.Budiyanto."Perilaku Konsumen", Binapuaru Aksrara.Jakarta (2015).

<sup>35</sup> Ibid 1

Lingkungan Sosial (X2) diperoleh nilai  $t_{hitung} 6,797 > t_{tabel} 1,986$  dan memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini memberikan makna secara parsial bahwa variabel Lingkungan Sosial (X2) memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). sehingga jika dilihat bahwa lingkungan sosial juga memberikan pengaruh besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater. Terlebih lagi *shopee paylater* merupakan platform yang banyak diminati para remaja yang suka menghemat waktu dan tenaga saat berbelanja. *Shopee Paylater* juga memberi dampak negatif dan positif, sehingga membuat bagi pengguna shopee paylater berperilaku konsumtif.

Sehingga hal ini sejalan dengan teori Louden dan Bitta yang dikutip agustina<sup>36</sup> yang menyatakan bahwa remaja merupakan salah satu contoh kelompok yang mudah terpengaruh dengan kehidupan yang suka berlebihan, sehingga meningkatkan perilaku yang kuat untuk mengkonsumsi suatu produk dan tidak berfikir panjang dalam membeli sesuatu.

Penelitian ini didukung oleh kholilah yang menunjukkan bahwa teman-teman sebaya merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.<sup>37</sup> Hasil penelitian ini juga searah dengan penelitian subagio menjelaskan bahwa pengaruh sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat

---

<sup>36</sup> S. R. Agustina, "Gambaran Perilaku Konsumtif Siswa-I Sekolah Menengah Atas" International Islamic Boarding School Republic Of Indonesia".Jurnal. Binus University.

<sup>37</sup> Kholilah, "perilaku konsumtif pada masyarakat pengunjung pasar kaget di wisata belanja tugu gajayana malang". (skripsi tidak diterbitkan fakultas psikologi Universitas Islam malang,2008)

lingkungan sosial maka perilaku sosial akan semakin meningkat.<sup>38</sup> Sehingga hal ini mengindikasikan bahwa lingkungan sosial yang berasal dari luar sering disebut sebagai kelompok anutan, terutama dari kelompok teman sebaya atau sejawat (*Peer Group Influence*) yang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif. Salah satu penyebabnya adalah adanya anggapan bahwa teman dekatnya telah membeli produk terlebih dahulu.

Dari hasil pengujian hipotesis kedua dapat dinyatakan bahwa H2 diterima, bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater.

### **3. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Menggunakan Shopee Paylater.**

Gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial dinyatakan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater, yaitu apabila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) variabel dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yakni lebih kecil dari nilai alpha 0,05.

Berdasarkan hasil uji ANOVA (Analisi Of Varian), diperoleh nilai  $F_{hitung}$   $35,585 > 3,10$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < \text{lebih kecil dari alpha } 0,05$ . Dengan begitu hasil pengujian variabel Gaya hidup hedonisme (X1) dan Lingkungan Sosial (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa dalam

---

<sup>38</sup> Subagio, "Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan (FPOK)" Ikip Mataram3. (3), (2019), 263-275.

menggunakan Shopee Paylater sebesar, dengan nilai *R Square* adalah 0,442 dimana menjelaskan bahwa pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat 44,2 %, sedangkan sisanya ( $100\% - 44,2\% = 55,8\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

Adapun faktor yang mempengaruhi diluar dari penelitian ini yaitu berdasarkan hasil penelitian pengaruh gaya hidup, social influence dan motivasi belanja terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater di kabupaten ngawi.<sup>39</sup>

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi belanja berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater di kabupaten ngawi. Artinya semakin tinggi motivasi belanja online masyarakat di kabupaten ngawi karena banyaknya penawaran yang ditawarkan seperti gratis ongkir, diskon potongan harga dan mendapatkan voucher belanja, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif Shopee Paylater, sehingga hubungan yang terjadi bersifat positif hal ini berarti jika motivasi ditingkatkan maka perilaku konsumtif juga akan meningkat.

Begitu pula pada hasil penelitian yang lain, yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Syayyidati Nur Azizah, "Pengaruh Gaya Hidup, Sosial Influence Dan Motivasi Belanja Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Di kabupaten Ngawi" (Skripsi Tidak Diterbitkan, Jurusan Ekonomi Syariah, IAIN Ponorogo, 2024), 103

<sup>40</sup> Ni Putu Novi Anggraeni Dan Gede Sri Darma, "Gaya Hidup, Risiko, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Di Indonesia", Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan, Vol 7, No 2 Desember (2023):625-639



Sehingga dalam hal ini mahasiswa akan berperilaku konsumtif jika lingkungan sosial tidak memberi keteladanan terhadap berperilaku konsumtif begitu juga gaya hidup mahasiswa, semakin tidak rasional gaya hidup mahasiswa maka semakin meningkat pula perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja, sehingga lingkungan sosial dan gaya hidup mahasiswa akan meningkat.

Penelitian ini juga didukung oleh Hartiyani Sadu Budiyaniti, Mintasih Indriayu, Muhammad Sabandi. Yaitu pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.<sup>41</sup>

Sehingga dapat disimpulkan dari hasil pengujian hipotesis ketiga dapat dinyatakan H<sub>3</sub> diterima bahwa Gaya Hidup Hedonisme (X1) dan Lingkungan Sosial (X2) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan Shopee Paylater.

#### **4. Kontrol Diri Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Menggunakan Shopee Paylater.**

Kontrol diri dinyatakan sebagai variabel yang memoderasi antara variabel Gaya Hidup Hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *Shopee Paylater*, dengan melihat nilai signifikan pada tabel *Coefficients* 4.1. harus lebih kecil dari 0,05 dan variabel juga dikatakan memoderasi terdapat hubungan jika nilai pada kolom *Standardized Coefficients* beta bernilai negatif.

---

<sup>41</sup> Hartiyani Sadu Budiyaniti, et al., eds., "Pengaruh Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, (Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS)". *Jurnal Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, Vol 3 No. 2 (2017): 3-4

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel *Coeffisients* diperoleh bahwa pengaruh dari X1, Z terhadap Y pada output pertama (signifikan) dengan nilai sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  dan pengaruh antara X1, Z dan X1\*Z terhadap Y pada output kedua tidak signifikan dengan nilai 0,478 lebih besar dari pada 0,05 yaitu  $0,478 > 0,05$ . Maka disimpulkan bahwa variabel kontrol diri merupakan prediktor moderasi, Artinya variabel moderasi (Z) ini hanya berfungsi sebagai variabel prediktor (independen) sehingga dalam hubungan dapat dibentuk bukan variabel moderator untuk X1 (Gaya Hidup Hedonisme) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y).

Pada uji statistik output pertama hasilnya signifikan dan ketika ditambahkan perkalian antara kontrol diri dan gaya hidup hedonisme pada output kedua maka hasilnya tidak signifikan yang artinya bahwa kontrol diri hanya berperan sebagai variabel independen dan tidak bisa menjadi variabel pemoderasi untuk gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *Shopee Paylater*.

Hal ini disebabkan karena mahasiswa sudah terbiasa dengan kehidupan yang berpenampilan menarik dan selalu mengikuti trend perkembangan zaman sehingga hal ini menjadikan faktor utama mahasiswa dalam berperilaku konsumtif.

Penelitian ini sejalan dengan Romansyah sahabudin dkk, yang menyatakan bahwa gaya hidup langsung berpengaruh terhadap perilaku konsumtif tanpa di pengaruhi, seberapa besar kontrol diri yang dimiliki mahasiswa.<sup>42</sup> Sehingga

---

<sup>42</sup> Romansyah Sahabudin "et al, "Pengaruh E-Wallet Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intrervening" Vol 2, No.3 (2025) 270-283

kontrol diri tidak dapat memoderasi gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater.

Sehingga pengujian hipotesis H4 ditolak karena tidak dapat memoderasi gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater.

#### **5. Kontrol Diri Memoderasi Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Menggunakan Shopee Paylater.**

Kontrol diri dinyatakan sebagai variabel moderasi antara variabel lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan Shopee paylater, dengan melihat nilai signifikan pada tabel *Coefficients* harus lebih kecil dari 0,05 dan variabel tersebut juga dapat dikatakan memoderasi jika nilai pada kolom *Standardized Coefficient* Beta bernilai negatif.

Berdasarkan hasil uji statistik dapat dilihat pada tabel *Coefficients* diperoleh bahwa pengaruh dari X2, Z terhadap Y pada output pertama tidak signifikan dengan nilai  $0,132 > 0,05$  dan pengaruh interaksi X2, Z dan X2\*Z terhadap Y pada output kedua yaitu dengan nilai signifikan  $0,811 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan sosial merupakan moderasi potensial, artinya variabel moderasi (Z) ini tidak dapat berinteraksi dengan variabel independen (lingkungan sosial) dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen (perilaku konsumtif).

Sehingga pada uji output pertama menghasilkan nilai yang tidak signifikan dan ketika ditambah perkalian antara kontrol diri dan lingkungan sosial hasilnya juga tidak signifikan, yang artinya variabel kontrol diri tidak dapat berinteraksi

dengan variabel independen (gaya hidup hedonisme) dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater. Hal ini dikarenakan bahwa lingkungan sosial menjadi bagian yang tidak bisa dihindari mahasiswa karena fitur Shopee Paylater merupakan aplikasi yang menyediakan layanan peminjaman uang, sehingga ketika seseorang meminjam berarti telah memiliki hutang. Dan hal ini merupakan keputusan pribadi yang yang tidak bisa di pengaruhi oleh orang lain, karena ada kewajiban yang harus dia lakukan setelah menggunakannya dengan membayar cicilan dari uang yang dipinjam dari setiap bulanya.

Dari hasil uji hipotesis kelima dapat dinyatakan bahwa H5 ditolak, karena kontrol diri tidak dapat memoderasi lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan Shopee Paylater. Hal ini searah dengan penelitian.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Sinta Dewi Lestari, Helmi Haris, "Pengaruh Sosial, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Siad Surakarta". Vol 9 No. 1 (2024) 389-404.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian data serta analisis data di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh yaitu, Gaya hidup hedonisme (X1) diperoleh nilai  $t_{hitung} 2,942 > 1,986$  dan nilai signifikan  $0,004 < 0,05$  pada tabel *Coefficients*. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara X1 dan Y maka  $H_1$  diterima yang berarti gaya hidup hedonisme berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Uin dalam menggunakan *Shopee Paylater*.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Lingkungan Sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yaitu Lingkungan sosial (X2) diperoleh  $t_{hitung} 6,797 > t_{tabel} 1,986$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  pada tabel *Coefficients*. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara X2 dan Y maka  $H_2$  diterima yang berarti lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Uin dalam menggunakan *Shopee paylater*.
3. Berdasarkan hasil uji ANOVA (Analisis Of Varian), atau nilai F diperoleh nilai  $F_{hitung} 35,585 > F_{tabel} 3,10$  dengan nilai signifikan  $0,000$  lebih kecil dari  $\alpha 0,05$ . Dengan begitu hasil pengujian variabel Gaya Hidup Hedonisme (X1) dan Lingkungan Sosial (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa dalam menggunakan *Shopee Paylater* sebesar

dengan nilai R Square adalah 0,442 dimana menjelaskan bahwa pengaruh variabel -variabel bebas terhadap variabel terikat 44,2 %, sedangkan sisanya ( $100\% - 44,2\% = 55,8\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan dari hasil pengujian hipotesis ketiga dapat dinyatakan  $H_3$  diterima bahwa Gaya Hidup Hedonisme (X1) dan Lingkungan sosial (X2) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan Shopee Paylater.

4. Berdasarkan hasil penelitian hal ini menunjukkan pada tabel Coefficients diperoleh pengaruh Z terhadap Y pada Output pertama (signifikan) dengan nilai sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  dan pengaruh antara  $Z \times X1$  terhadap Y pada output kedua tidak signifikan dengan nilai 0,478 lebih besar dari 0,05 atau  $0,478 > 0,05$ . Maka nilai menunjukkan hubungan antara  $Z \times X1$  terhadap Y maka  $H_4$  ditolak, yang berarti kontrol diri tidak dapat memoderasi pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan Shopee Paylater.
5. Berdasarkan hasil uji penelitian dapat disimpulkan bahwa Kontrol diri (Z) tidak dapat memoderasi hubungan antara Lingkungan sosial (X2) terhadap Perilaku konsumtif. Hasil uji dapat dilihat pada tabel Coeffisient diperoleh pengaruh Z terhadap Y pada output pertama (tidak signifikan) dengan nilai  $0,132 > 0,05$  dan pengaruh interaksi  $Z \times X2$  terhadap Y pada output kedua pun tidak signifikan dengan nilai  $0,811 >$

0,05. Maka nilai menunjukkan hubungan antara  $Z^*X_2$  terhadap  $Y$ , maka  $H_5$  ditolak yang berarti kontrol diri tidak dapat memoderasi lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan penulis yaitu sebagai berikut:

1. Adanya penelitian ini untuk menjadi informasi bagi Mahasiswa – Mahasiswa serta dosen yang berada di lingkup Universitas Islam Negeri Datokarama Palu untuk lebih meningkatkan pemahaman tentang penggunaan Shopee Paylater.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel-variabel lainnya, seperti motivasi belanja, kepercayaan dll. Juga di sarankan untuk menjadikan variabel lain menjadi variabel moderating. Yang di harapkan peneliti agar selanjutnya dapat menemukan model penelitian terbaru, karena peneliti meduga adanya variabel yang ikut berperan yang membuat hasil yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmah Rektorat “Universitas Islam Negeri datokarama palu, 23 September 2024
- Al-Qur'an Terjemahan, Kementrian Agama Islam, Q.S Al-An'am, 6:141
- Ansofino, Dkk, Buku Ajar Ekonometrika
- Azizah Nur Syayyidati, “Pengaruh Gaya Hidup, Sosial Influnce Dan Motivasi Belanja Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Dikabupaten Ngawi” Skripsi Tidak Diterbitkan, Jurusan Ekonomi Syariah, IAIN Ponorogo, 2024
- BudiyantoF.X. Miniard W, F James Engel, Roger D.Blackwell Paul.”Perilaku Konsumen", Binapauara Aksrara.Jakarta 2015.
- C.L., Arief, S Nisa “The Impect Of Self Kontrol, Self Esteem And Peer Environment On Online Shooping Consumtif Behaavior”.
- dan Rosyid, H.F Lina dan Rosyid, H.F “perilaku konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri”, *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, No.4, 9 1997.
- Dedi Rianto Rohadi dan Mftah farid, MONOGROF Analisis Variabel Moderating Cet: I, Cv.Lentera Ilmu Mandiri, 2021.
- Dewi N Dan Rusdarti R, “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. *Journal Of Economic Education*, 6. 1 2017,
- Dwi Lestari Sinta, “Pengaruh Sosial, Gaya Hidup Dsn Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelisn Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Ui Raden Mas Said Surakarta” Skripsi Tidak Diterbitkan, 2024.
- Eko Sujianto Agus, Aplikasi Statistika Dengan SPSS 16.0 (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009),



Elly mirati dan Gina Rahmawati dan Elly mirati “Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi milenial “Posiding SNAM PNJ” (2022),

Fakultas Psikologi, “Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Remaja The Effect Of Religiusity And Social Economic Status Of Parents On The Heart Of Life On Heart Of Life”, (1945),

Gede Sri Darma, Ni Putu Novi Anggraini, “Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya hidup, dan kepercayaan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater di indonesia” *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan kewirausahaan* 7, No 2 (2023)

Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Muktivivariate, dengan program Ibm Spss 21*, eds.7, (Semarang: Badan Penerbit universitas Diponegoro, 2013),

Gushevinalti, “Tela’ah kritis prespektif jean baudrilard pada perilaku hedonisme remaja”. *Jurnal Idea Fisipol UMB* 4, no 15 (2010)

Hadi dan Novi Syahmsul, “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking”. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia 2015),

Hasanah Rohmatul, “Tijauan Hukum Islam Terhadap Praktik Krdeit Shopee Paylater Dari Markatpalce Shopee Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah”, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwakerto (2020),

Hatmawan, dan Riyanto, “Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen”, (Sleman; Deepblish. (2020),

Helmi Haris dan Sinta Dewi Lestari “Pengaruh Sosial, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Siad Surakarta”. Vol 9 No. 1 (2024)

<http://repository.unpas.ac.id/32645/5/BAB%20III.pdf> (di akses 29 januari 2018)  
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd12LrseDcL25EphZAIOSNVRlw0HiryVvCJedqoxgkuPjK77g/viewform?usp=header>

Irfani H Dan Syahrina I A Wahyuni R, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang”. 4, 3 (2019),

- Izzati, U. A, &Fardhani, P.R. “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Studi Pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya”, Vol 1. No 2 (2013).
- J Herwanto dan Haryani, I “*hubungan konformitas dan kontl diri dengan perilaku komsumtif terhadap produk kosmetik pada mahsiswi*” Jurnal psikologi UIN sultan syarif kasim riau 11 No.1,(2015),
- J.P, Baumeister, R.F., Dan Boone, A.L Tangney, “Kontrol Diri Yang Tinggi Memprediksi Penyesuain Diri Yang Baik, Lebih Sedikit Patologi, Nilai Yang Lebih Baik, Dan Keberhasilan Interpersonal”, *Jurnal Kepribadian*, 72. 2 (2023)
- Jakaria Yahya, “Mengelola Data Penelitian Kuantitatif Dengan SPSS”, (Bandung Alfabeta, 2015),
- Jati W Less Cash Society, “Menakar Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia” *Jurnal Sosial Teknologi*, (2015),
- Jl Prof, Soedharto Sh, Hafid Nur Yudha, “*Analisis Pengaruh Presepsi Nasabah Terhadap Internet Banking Adaption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta*”,Diponegoro Jurnal Of Accounting Vol 4, No.4 (2015),
- Jonathan, Sarwono,And Cara Perhitungan MSI. “Mengubah Data Ordinal Ke Data Inetrval Dengan Metode Suksesif Interval (MSI).” (2019).
- Kahirinal, menyusun: proposal, skripsi, tesis & disertasi. Jambi: Salim media indonesia. (2016),
- Kevin Lane Keller, Kotler Philip, “Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid I (Jakarta: Erlangga 2009),
- L. N. Gunawan, “Kontrol Diri Dan Penyesuaian Diri Dengan Kedisiplinan Siswa” Psikoborneo: *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5 (2017),
- Liana Lie, “Pengguna MRA Dengan Spss Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen” *Jurnal Teknologi Dinamik* Vol XIV, No.2 (Juli 2009),
- Machali Imam, “Metode Penelitian Kauntitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif”, (Yogyakarta: MPI,2016),
- Martono Nanang, Metode penelitian Kuantitatif, Edisi revisi 2, Cet V (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada 2016),

- N Ilahi, “Beli sekarang bayar nanti: Mahasiswa, Spaylater, dan Pandemi covid”, *Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu sosial*, 5.
- Nadzir,M & Ingarianti,T.M, “*psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonis remaja*”. (Malang: Seminar Psikologi dan kemanusiaan),
- Nainggolan Hermin“Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina Balikpapan” *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah* 5,02, (2022),
- Nur, Rini Risnawati S. Ghufro M. “Teori-Teori Psikologi”. (Yogyakarta: Ar Ruz Media, 2010), 22
- Nurma S,” Pengaruh Pengguna Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, (Program Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram 2019),
- Sadu hartiayani Dan Indriayu Mintasih, Sabandi Muhammad. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, Vol 3 No. 2 (2017)
- O. M Kaparang, “Analisa Gaya Hidup Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi (Studi Pada Siswa SMA Negeri 9, Manado)”. *Jurnal Acta Diurna*, Vol.2. No. 2(2013)
- Olson C Jerry Peter Paul J, “Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran”, (Damos Sihombing: Jakarta Erlangga 2000),
- Otoritas Jasa Keuangan, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77/PJOK,01/2016
- Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran Jilid 2. (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia 2005),
- Pratiwi, “Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, Dan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam”, (2023)
- Purwadi, Siti dan Chatijah, “Hubungan Antara Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Remaja”, *Jurnal Humanitas*, Vol. 4 No. 2 (2007).
- Rhenald, Kasali,“Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Dan Positioning. Cet 5, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003).

- Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2014),
- Ridwan M, Marpaung M, dan Hasibuan Z. H “Analisis Perilaku Konsumtif Pegawai Wanita Muslimah Kab. Padang Lawas Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening”. (El-Buhuth: 3,(2) 2021),
- Rizaldi Mufti, “pengaruh gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian terhadap smartphone diklankan mahasiswa studi pada mahasiswa fakultas ekonomi negeri surabaya”, *Jurnal ilmu manajemen*, 4 (2016).
- S.U mintarti Dan Dikria, o “*pengaruh literasi keuangan dan peggendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangun fakultas ekonomi universitas negeri malang*” *jurnal pendidikan ekonomi* 9 No.2 (2016),
- S.W, Oktapiani Abdurrahman, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa”. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*,05 No.2 (2019),
- Sari “*Pengaruh Presepsi Manfaat, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Penggunaan Internet Banking Nasabah Bank mandisi Di Surabaya*”
- Sahabudin Romansyah “et al.,eds “Pengaruh E-Wallet Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intrervening” Vol 2, No.3 (2025)
- Subagio, “*Pengrauh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan (FPOK)*” Ikip Mataram No. 3, 3 (2019)
- Suci, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Menggunakan Kredit Shopee Paylater*”,
- Sujarweni Wiratna, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Press, 2015),
- Sumartono, *Teropong Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televis* (Bandung Alfabeta 2002),
- Supriatna, M dan Marsela, R. D., dan Supriatna, M. Konsep diri: Definisi dan Faktor. *Journal of innovatice caounseling Theory Practice, and Reserch*, 3. 02, (2019)
- Vita Hasna Izdi Amelia “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Fitur Spaylater Pada Aplikasi Shopee dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku konsumtif*” (Skripsi Tidak di Terbitkan, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Program Studi Akuntansi 2021)

W.A Gunawan, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keempat, Jilid 2. (Jakarta: Erlangga 2004),

Wahyudi, “Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswa Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaz”. *Jurnal Sosiologi*, Vol 1, No 4. (2013),

Wahyuni Husain Riska, “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Kosumen Melakukan Pembelian Pada Marketplace Dengan Kemudahan Pengguna Sebagai Variabel Moderating” Skripsi Tidak Diterbitkan, Manajemen, Makassar 2021

Wijaya Tony, “Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam” (Yogyakarta; Graha Ilmu),

Wijaya, Angga Pandu Dan Yuniarinto Agung. “Pengaruh Hedonisme Dan Materialisme Terhadap Kecenderungan Pembelian Komplusif Di Kota Malang”. (2015),

Wustaqa, Kurniawan,D “Pengaruh Perhatian Orang Tua, Motivasi Belajar Dan Lingkungan Sosial Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa Smp”. *Jurnal Riset Pendidikan Matematika*, 1, (2014)

# LAMPIRAN