

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN GAYA  
HIDUP KONSUMEN *ONLINE SHOP* DALAM  
PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Mahasiswa  
FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad  
Addary Padangsidimpuan)**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk melengkapi Tugas dan Syarat - syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**RIKA IRPIANI  
NIM. 19 402 00096**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2023**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN GAYA  
HIDUP KONSUMEN *ONLINE SHOP* DALAM  
PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Mahasiswa  
FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad  
Addary Padangsidimpuan)**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**  
**RIKA IRPIANI**  
NIM. 19 402 00096

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
2023

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN GAYA  
HIDUP KONSUMEN *ONLINE SHOP* DALAM  
PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Mahasiswa  
FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad  
Addary Padangsidimpuan)**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**  
**RIKA IRPIANI**  
NIM : 19 402 00096

**Pembimbing I**

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
NIP. 19830317 201801 2 001

**Pembimbing II**

**M. Yarham, M.H**  
NIP. 19921009 202012 1 003

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
2023

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **Rika Iрпиани**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 24 September 2023  
Kepada Yth :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi ini a.n **Rika Iрпиани** yang berjudul "**Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Konsumen Online Shop dalam Perspektif Islam (Studi kasus mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasah.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

**PEMBIMBING I**



**Hamni Fadhilah Nasution, M.Pd**  
NIP. 19830317 201801 2 001

**PEMBIMBING II**



**M. Yarham, M.H**  
NIP. 19921009 202012 1 003

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rika Irpiani

Nim : 19 402 00096

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Konsumen *Online Shop* dalam Perspektif Islam (Studi kasus mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 30 Agustus 2023

Saya yang Menyatakan,



**RIKA IRPIANI**

**NIM. 19 402 00096**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rika Irpiani  
Nim : 19 402 00096  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Konsumen *Online Shop* dalam Perspektif Islam (Studi kasus mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan)".

Dengan . Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Univesitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 30 Agustus 2023

Yang menyatakan,

  
METERAI  
TEMPEL  
CBB9DAKX579070352

**RIKA IRPIANI  
NIM. 19 402 00096**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Nama** : Rika Irpiani  
**NIM** : 19 402 00096  
**Program Studi** : Ekonomi Syariah  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam  
**Judul Skripsi** : Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup  
Konsumen *Online Shop* Dalam Perspektif Islam (Studi  
Kasus Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA  
Padangsidimpuan)

**Ketua**

**Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si**  
**NIDN. 2018087802**

**Sekretaris**

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
**NIDN. 2017038301**

**Anggota**

**Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si**  
**NIDN. 2018087802**

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
**NIDN. 2017038301**

**M. Yarham, M.H**  
**NIDN. 2009109202**

**Adanan Murroh Naution, M.A**  
**NIDN. 2104118301**

**Pelaksanaan Sidang** : Munaqasyah  
**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa/24 Oktober 2023  
**Pukul** : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus/ 74,5 (B)  
**Indek Predikat Kumulatif** : 3,65  
**Predikat** : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

---

---

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN GAYA  
HIDUP KONSUMEN *ONLINE SHOP* DALAM  
PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Mahasiswa FEBI  
UIN SYAHADA Padangsidimpuan)**

**NAMA : RIKA IRPIANI**

**NIM : 19 402 00096**

Telah dapat diterima untuk memenuhi  
Syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 14 November 2023



Harahap, S.H.I., M.Si.  
NIP. 19780818 200901 1 015



## ABSTRAK

**Nama : Rika Iрпиани**  
**Nim : 1940200096**  
**Judul : Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Konsumen Online Shop dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan)**

Perkembangan zaman mempengaruhi perkembangan teknologi yang semakin canggih dan informasi yang dapat memudahkan individu. Adapun yang dihasilkan dari perkembangan zaman yaitu mode. Setiap individu mengikuti perubahan mode agar lebih modern. Mode merupakan salah satu hal yang diincar oleh konsumen yang mempunyai keinginan untuk mengikuti *tren*. Perkembangan zaman tersebut dapat menyebabkan konsumen berperilaku konsumtif dan memaksakan diri untuk mengubah gaya hidup (*life style*) sesuai *tren*. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku konsumtif dan gaya hidup konsumen *online shop* dalam perspektif Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif dan gaya hidup konsumen *online shop* dalam perspektif Islam pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Pembahasan dalam penelitian ini didukung oleh teori para ahli. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku konsumen, konsumsi, perilaku konsumtif, perilaku konsumtif dalam perspektif Islam dan gaya hidup. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggambarkan keadaan sebenarnya dilapangan secara murni, jelas dan apa adanya. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Pengolahan data dan analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Cara yang digunakan untuk menjamin keabsahan penelitian diperoleh melalui triangulasi yaitu triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sesuai dengan teori terdapat 7 ciri perilaku konsumtif, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hanya cenderung tergolong ketiga ciri perilaku konsumtif yaitu membeli barang karena adanya potongan harga, pengaruh adanya iklan, dan adanya penawaran menarik. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam berbelanja menjadi konsumtif disebabkan oleh adanya iklan yang muncul dimedia sosial kemudian memiliki hasrat ingin memiliki barang tersebut. Gaya hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berubah disebabkan oleh perkembangan zaman yang semakin modern dan mempengaruhi gaya hidup Mahasiswa. Adapun gaya hidup sesuai dengan pandangan Islam adalah sederhana.

**Kata Kunci : Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Perspektif Ekonomi Islam**

## **ABSTRACT**

**Name** : Rika Irpiani  
**Nim** : 1940200096  
**Title** : *Analysis of Consumptive Behavior and Lifestyle of Online Shop Consumers from an Islamic Perspective (Case Study of FEBI UIN Student Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan)*

*The development of the times influences the development of increasingly sophisticated technology and information that can make things easier for individuals. As for what results from the development of the times, namely "fashion", every individual follows changes in fashion to become more modern. Fashion is one of the things targeted by consumers who have the desire to follow trends. These developments can cause consumers to behave consumptively and force themselves to change their lifestyle according to trends. The formulation of the problem in this research is the consumer behavior and lifestyle of online shop consumers from an Islamic perspective. This research aims to find out the consumer behavior and lifestyle of online shop consumers from an Islamic perspective among students at the Faculty of Islamic Economics and Business at UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. The discussion in this research is supported by expert theories. The theory used in this research is the theory of consumer behavior, consumption, consumptive behavior, consumptive behavior from an Islamic perspective and lifestyle. This type of research is qualitative research. The method used in this research is descriptive research which describes the actual situation in the field in a pure, clear and real way. The subjects in this research were FEBI UIN students, Sheikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Data processing and data analysis using data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The method used to ensure the validity of research is obtained through triangulation, namely source triangulation. The research results show that in accordance with the theory there are 7 characteristics of consumptive behavior, students at the Faculty of Islamic Economics and Business only tend to fall into the three characteristics of consumptive behavior, namely buying goods because of discounts, the influence of advertising, and the presence of attractive offers. Students from the Faculty of Economics and Islamic Business become consumptive when shopping due to advertisements that appear on social media and then have the desire to own these items. The lifestyle of students at the Faculty of Islamic Economics and Business has changed due to developments in increasingly modern times which have influenced student lifestyles. The lifestyle according to Islamic views is simple.*

**Keywords:** *Lifestyle, Consumptive Behavior, Islamic Economic Perspective*

## خلاصة

اسم : ريكا إيرياني

نيم : ٦٩٠٠٠٢٠٤٩١:

عنوان : تحليل السلوك الاستهلاكي ونمط الحياة لمستهلكي التسوق عبر الإنترنت من منظور إسلامي  
(دراسة حالة لطالب جامعة FEBI بادانجسيديمبوان)

إن تطور العصر يؤثر على تطور التكنولوجيا والمعلومات المتطورة بشكل متزايد والتي يمكن أن تسهل الأمور على الأفراد، أما ما ينتج عن تطور العصر ألا وهو "الموضة"، فإن كل فرد يتبع التغييرات في الموضة ليصبح أكثر حداثة. الموضة هي أحد الأشياء التي يستهدفها المستهلكون الذين لديهم الرغبة في متابعة الاتجاهات. يمكن لهذه التطورات أن تدفع المستهلكين إلى التصرف بشكل استهلاكي وإجبار أنفسهم على تغيير نمط حياتهم وفقاً للاتجاهات. إن صياغة المشكلة في هذا البحث هي سلوك المستهلك وأسلوب حياة مستهلكي التسوق عبر الإنترنت من منظور إسلامي. يهدف هذا البحث إلى معرفة سلوك المستهلك وأسلوب حياة مستهلكي التسوق عبر الإنترنت من منظور إسلامي بين طلاب كلية ويدعم المناقشة UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan الاقتصاد والأعمال الإسلامية بجامعة في هذا البحث نظريات الخبراء. النظرية المستخدمة في هذا البحث هي نظرية سلوك المستهلك، الاستهلاك، السلوك الاستهلاكي، السلوك الاستهلاكي من منظور إسلامي وأسلوب حياة. هذا النوع من البحث هو البحث النوعي. الطريقة المستخدمة في هذا البحث هي البحث ، الشيخ علي FEBI UIN الوصفي الذي يصف الوضع الفعلي في الميدان بطريقة نقيّة وواضحة وحقيقية. المواضيع في هذا البحث هم طلاب حسن أحمد أداري بادانجسيديمبوان. معالجة البيانات وتحليل البيانات باستخدام تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج. الطريقة المستخدمة للتأكد من صحة البحث يتم الحصول عليها من خلال التثليث وهي تثليث المصدر. وأظهرت نتائج البحث أنه وفقاً للنظرية هناك ٧ خصائص للسلوك الاستهلاكي، فإن طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية يميلون فقط إلى الوقوع في الخصائص الثلاث للسلوك الاستهلاكي، وهي شراء السلع بسبب التخفيضات، وتأثير الإعلان. ووجود العروض الجذابة. أصبح طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية مستهلكين عند التسوق بسبب الإعلانات التي تظهر على وسائل التواصل الاجتماعي ومن ثم لديهم الرغبة في امتلاك هذه العناصر. لقد تغير نمط حياة الطلاب في كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية بسبب التطورات في العصر الحديث بشكل متزايد والتي أثرت على أنماط حياة الطلاب. أسلوب الحياة حسب وجهات النظر الإسلامية بسيط.

الكلمات المفتاحية: نمط الحياة، السلوك الاستهلاكي، المنظور الاقتصادي الإسلامي

## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum Wr.Wb*

*Alhamdulillah*, puji syukur kita sampaikan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya. Skripsi ini berjudul: **“Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Konsumen *Online Shop* dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan)”**, ditulis untuk menambah pengetahuan peneliti dan orang-orang yang membaca karya ilmiah ini, untuk referensi penelitian selanjutnya. Dan untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar

M.Ag, Wakil Rektor Bidang Adiministrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ibu Dr. Rukiah, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak/Ibu dosen dan juga staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
5. Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd. selaku pembimbing I dan Bapak M Yarham, M.H. selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya memberikan bimbingan, arahan dan ilmunya yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Teristimewa kepada cinta pertama saya yaitu ayahanda tercinta Fredi Agus Sukarmin dan kepada Ibunda tercinta Suarni atas doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada henti, dan upaya, dukungan, kasih sayang, pengorbanan yang selama ini telah berjuang demi anaknya hingga bisa menjadi apa yang diharapkan, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka. Serta terimakasih kepada kakak saya Shella Puspita Dewi dan adik saya yaitu Melisa, Muhammad Teddy Af-Fanni dan keluarga besar saya yang sudah memberikan dukungan dan doa terbaik untuk saya.
7. Terima kasih saya ucapkan kepada teman-teman saya Nikma Sari Harahap, Dian Nurfadilla, Musdalifah Simamora, Riza Umami Nasution, Helmi Tursina, Seri Romaito, Devi Putriani yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti, serta teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2019, khususnya Ekonomi Syariah 3.
8. Terima kasih saya ucapkan kepada kawan-kawan peneliti, KKL Desa Teluk Panji I Labuhan Batu Selatan dan magang PT. Perkebunan Nusantara 3 Labuhan Batu Selatan, yang memberikan dorongan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
9. Terima kasih saya ucapkan kepada teman-teman seperjuangan satu kost Fuzi Indriani, Fenni Ardianti, Nita Anisya, Sri Diah Riani, yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
10. Terima kasih saya ucapkan kepada My Beloved Friend Tiwi, Wahyu Nurul, Aulia Nasution, Juli, Sekar, yang selalu memotivasi dan memberikan dukungan semangat untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

11. Kepada tempat penelitian, yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, khususnya kepada Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
12. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian mulai dari awal sampai dengan selesai.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan dan bantuannya kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarobbal alamin.

Peneliti juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan, dan pengalaman peneliti, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, 31 Agustus 2023

Peneliti,



**RIKA IRPIANI**

**NIM. 19 402 00096**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye






ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



## 2. Vokal

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

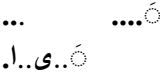


- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍom mah	U	U

Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

b. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### **3. Ta Marbutah**

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dummah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### **4. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

### **5. Kata Sandang**

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﻻ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## **6. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

## **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Capital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan

juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>SURAT ACC SIDANG MUNAQSAH</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>TRANSLITERASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Batasan Masalah .....</b>	<b>9</b>
<b>C. Batasan Istilah.....</b>	<b>9</b>
<b>D. Rumusan masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>E. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>F. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>G. Sistematika Pembahasan.....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
<b>A. Landasan Teori .....</b>	<b>13</b>
1. Perilaku Konsumen .....	13
a. Pengertian Konsumen.....	13
b. Konsumsi.....	14
2. Perilaku Konsumtif .....	16
a. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	16
b. Indikator Perilaku Konsumtif.....	19
c. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif.....	19
d. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	22
3. Gaya Hidup .....	23
a. Pengertian Gaya Hidup.....	23
b. Segmentasi Gaya Hidup .....	24
c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup .....	26
4. Konsumsi Dalam Islam .....	29
a. Definisi Konsumsi Dalam Islam .....	29
b. Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam .....	31
c. Kaitan Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup.....	36
d. Gaya Hidup Dalam Perspektif Islam .....	37
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>40</b>

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
<b>A. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>47</b>
<b>B. Jenis Penelitian.....</b>	<b>47</b>
<b>C. Subjek Penelitian .....</b>	<b>47</b>
<b>D. Sumber Data.....</b>	<b>48</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>48</b>
<b>F. Teknik Pengolahan Data .....</b>	<b>50</b>
<b>G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....</b>	<b>51</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
<b>A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam .....</b>	<b>53</b>
1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	53
2. Program Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	56
<b>B. Hasil Penelitian.....</b>	<b>72</b>
1. Perilaku Konsumtif <i>Online Shop</i> dalam Perspektif Islam.....	72
2. Gaya Hidup Konsumen <i>Online Shop</i> dalam Perspektif Islam .....	81
<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>85</b>
<b>D. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>92</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>97</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>97</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>98</b>

**DAFTAR PUSTAKA**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu

Tabel 4.1 : Daftar nama-nama dosen di Prodi Ekonomi Syariah

Tabel 4.2 : Daftar nama-nama dosen di Prodi Perbankan Syariah



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 2 : Daftar Wawancara

Lampiran 3 : Dokumentasi

Lampiran 4 : Surat Selesai Riset

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Penggunaan media sosial berkembang dengan cepat dan menjadi bagian penting dalam kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan. Penggunaannya semakin meningkat dikalangan masyarakat, segala informasi yang positif maupun negatif dengan mudah diakses oleh seluruh masyarakat. Akibat dari hal tersebut perlahan-lahan mulai mengubah gaya hidup dan membuat masyarakat menjadi konsumtif. Konsumsi merupakan aktivitas manusia yang paling mendasar. Konsumsi dimaknai secara beragam, baik makna luas maupun makna sempit. Makna sempit seperti yang dikemukakan oleh Mary Douglas dan Baron Isherwood bahwa konsumsi sebagai penggunaan hak milik yang bernilai material, yaitu menghabiskan nilai material itu sendiri. Definisi tersebut kurang melingkupi keseluruhan dari konsumsi seperti yang diungkapkan oleh Piliang.<sup>1</sup>

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam perolehan, pengonsumsian, dan penghabisan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan. Pada kenyataannya, dalam hidup ini manusia sering dihadapkan pada berbagai

---

<sup>1</sup>Ariza Qurrota A'yun, "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna *Online Shop*," *Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, 2019, hlm. 1.

pilihan untuk memenuhi kebutuhannya. Banyak faktor dan alasan yang mendorong manusia untuk melakukan suatu pembelian.<sup>2</sup>

Secara dinamis, dunia berkembang secara terus menerus tanpa ada yang dapat mengontrol gerak perkembangannya, perkembangan yang kini dimaksud memasuki era dimana dunia terasa menjadi semakin kecil atau diumpamakan dunia sebagai sebuah desa global, dikarenakan semua yang berkaitan dengan informasi, budaya, modal dengan cepat bergerak tanpa adanya halangan batas-batas kedaulatan. Globalisasi merupakan salah satu hal yang menjadi pusat perhatian baik pebisnis maupun konsumen karena diikuti dengan perkembangan teknologi sehingga memberi dampak bagi perkembangan pasar. Suatu sistem yang merujuk pada revolusi secara berlanjut atas pembentukan pasar baru dan sarana produksi. Perkembangan zaman mempengaruhi kebutuhan hidup manusia dengan adanya kemajuan dibidang teknologi dan ilmu pengetahuan.<sup>3</sup>

Perkembangan zaman mempengaruhi perkembangan teknologi yang semakin canggih dan informasi yang dapat memudahkan individu, adapun yang dihasilkan dari perkembangan zaman yaitu mode, setiap individu mengikuti perubahan mode agar lebih modern. Mode merupakan salah satu hal yang diincar oleh konsumen yang mempunyai keinginan untuk mengikuti *tren*, produk-produk yang diinginkan banyak ditawarkan disebagai media seperti, televisi, sosial media, majalah dan situs internet. Perkembangan zaman tersebut dapat menyebabkan konsumen berperilaku

---

<sup>2</sup>Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsume*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2013), hlm. 8.

<sup>3</sup>Nurpadila, "Gaya Hidup Shopaholic Mahasiswa Dalam Perspektif Islam," *Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 2020, hlm. 1.

konsumtif dan memaksakan diri untuk mengubah gaya hidup (*life style*) sesuai *tren*. Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis di dalam kehidupannya yang dituntut untuk mengonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau tidak perlu.<sup>4</sup>

Kemajuan tersebut memberikan dampak terhadap perilaku dan gaya hidup pada Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hal tersebut diiringi dengan tingkat keinginan konsumen yang lebih tinggi, salah satunya menyebabkan daya beli serta perilaku konsumtif pada Mahasiswa meningkat. Perilaku konsumtif ini akan terus ada dan mengakar dalam gaya hidup, sedangkan gaya hidup sendiri harus ditunjang oleh *financial* yang memadai. Perilaku konsumtif bukan saja berdampak pada ekonomi namun juga pada kehidupan sosial.<sup>5</sup>

Perilaku konsumtif dominan terjadi pada tingkat Mahasiswa, khususnya Mahasiswi. Parma mengatakan bahwa perilaku konsumtif pada remaja putri cenderung dipengaruhi oleh faktor rasional dan faktor emosional. Remaja yang berperilaku konsumtif menggunakan faktor emosionalnya saja, hanya memperhitungkan gengsi dan *perstise*, sedangkan remaja yang memperhatikan faktor rasional cenderung memperhitungkan manfaat serta harga produk yang berwujud mode atau *style* populer. Mahasiswa dipandang oleh masyarakat sebagai

---

<sup>4</sup>Eva Oktavikasari, "Konformitas Hedonis Dan Literatis Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif," *Economic Education Analysis Journal*, Vol. 6, No. 3 Tahun 2017.

<sup>5</sup>Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2022), hlm. 231.

individu yang terpelajar dengan pemikiran yang matang, berpenampilan menarik, rapi, dan sopan santun. Pandangan inilah yang akhirnya membuat Mahasiswa mengondisikan dirinya untuk tampil menarik. Mahasiswa yang ingin dianggap keberadaannya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi lingkungan tersebut. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain mengikuti berbagai atribut yang sedang populer, salah satunya adalah berperilaku konsumtif.<sup>6</sup>

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Musdalifah Simamora menyatakan bahwasanya konsumsi yang awalnya untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup, mulai beralih kepada upaya untuk memperbesar kepemilikan, persediaan barang dan jasa dan penumpukan kekayaan. Oleh sebab itu, muncul keserakahan dalam memiliki persediaan material. Maka Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan harus lebih bijak dalam memilih kebutuhan mana yang paling utama dari suatu barang serta yang mempunyai manfaat maupun kegunaan agar tidak terjadi tindakan pemborosan.<sup>7</sup>

Islam mengatur segala kehidupan manusia, baik aqidah, ibadah dan muamalah. Sebagai agama penyempurna dari agama-agama sebelumnya, Islam benar-benar telah menjelma sebagai *guidens of life* yang menuntun segala tindakan kehidupan penganutnya, termasuk perilaku ekonomi, mulai dari perilaku produksi, konsumsi dan distribusi. Hal

---

<sup>6</sup><https://www.kompasiana.com/lanainunnisa/58496b97149373f2100be561/perilaku-konsumtif-mahasiswa>, Diakses Rabu, Pukul 11 : 12 WIB.

<sup>7</sup>Musdalifah Simamora, "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpuan. Wawancara, Pukul 10.34. Jum'at, 7 April 2023.

tersebut tercermin dari banyaknya ayat-ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang sistem ekonomi yang Islami atau syar'i.<sup>8</sup>

Agama Islam merupakan agama yang *syumul* yang berarti mencakup seluruh aspek kehidupan manusia. Kitab suci al-Qur'an tidak hanya menuntun manusia untuk ibadah saja, tetapi juga aspek kehidupan sehari-hari manusia seperti sosial budaya, politik dan ekonomi. Ada tiga aspek penting dalam teori ekonomi, yaitu produksi, distribusi, dan konsumsi. Konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, karena manusia membutuhkan berbagai konsumsi untuk dapat mempertahankan hidupnya. Manusia harus makan untuk hidup, berpakaian untuk melindungi tubuhnya dari berbagai iklim yang ekstrim, memiliki rumah untuk dapat berteduh, istirahat bersama keluarga, serta menjaganya dari beberapa gangguan fatal. Demikian juga aneka peralatan untuk memudahkan menjalani kehidupannya.<sup>9</sup>

Perilaku konsumtif sangat dilarang dalam Islam karena dalam pandangan Islam segala sesuatu yang berlebihan tidak baik apalagi yang sifatnya hanya untuk kepuasan sementara bukan karena untuk memenuhi kebutuhan hidup yang sesungguhnya. Namun dapat diketahui pembelian produk secara berlebihan atau disebut mubazir dapat merugikan diri sendiri serta orang lain, sesuai dengan pandangan Islam sesungguhnya tidak boleh mengonsumsi sesuatu sampai melampaui batas. Islam

---

<sup>8</sup>Riki Febri Ramdhani, "Menafsirkan Ayat Ekonomi Dalam Al-Qur'an Dari Teks Hingga Konteks," *Journal Al-Rasyad* Vol. 1, No. 2, Tahun 2022, hlm. 46.

<sup>9</sup>Syahrial, "Pandangan Islam Tentang Kosumsi Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits Ekonomi Tentang Konsumsi," *Jurnal An-Nahl* Vol. 9, No. 5 Tahun 2017, hlm. 18.

melarang umatnya untuk melakukan konsumsi secara berlebih-lebihan, namun Islam mengajarkan bagaimana cara berperilaku dalam mengonsumsi secara proposional.<sup>10</sup>

Memenuhi kebutuhan dengan melakukan upaya produksi dengan kemampuan individu masing-masing selagi setiap individu memiliki kemampuan untuk melakukannya. Apabila tidak mampu melakukannya, maka pemenuhan kebutuhan tersebut dipenuhi melalui distribusi dari hasil produksi pihak lain. Biasanya perilaku konsumtif yang dilakukan seseorang berasal dari kepribadian yang memang berasal dari keturunan, lingkungan, maupun situasi keadaan.<sup>11</sup>

Adapun faktor penyebab seseorang melakukan perilaku konsumtif yaitu berasal dari faktor internal yang merupakan kepuasan untuk membeli suatu barang dan dipengaruhi oleh motivasi, harga diri, obsesi, proses belajar, dan konsep diri. Kemudian faktor eksternal penyebab seseorang melakukan perilaku konsumtif yaitu dipengaruhi oleh kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga. Fenomena perilaku ekonomi remaja sekarang umumnya dipengaruhi oleh perilaku konsumtif.<sup>12</sup>

Perilaku pembelian barang secara berlebihan tidak mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Konsumsi dalam ekonomi Islam, tidak hanya

---

<sup>10</sup>Yusuf Al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2021), hlm. 15.

<sup>11</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 63.

<sup>12</sup>Sjeddie R. Watung, *Literasi Ekonomi*, (Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media, 2022), hlm. 2.

melihat dari segi pemanfaatannya saja, tetapi meliputi kehalalan zat yang dikonsumsi, cara memperoleh dan dampaknya terhadap kehidupan manusia. Nilai-nilai moral dan spiritual dalam perspektif ekonomi Islam seharusnya menjadi kontrol terhadap perilaku konsumtif, sehingga acuan dalam memenuhi kebutuhan bukan didasarkan pada keinginan saja, tetapi harus dengan kesesuaian ajaran Islam. Mengonsumsi barang-barang yang lebih baik dimaksudkan untuk memberikan masyarakat kebahagiaan yang lebih dari yang sudah-sudah, namun pada zaman sekarang masyarakat cenderung terpesona untuk membeli barang-barang yang baru atau sedang *trend*. Tindakan membeli barang ini bukan karena kebutuhan atau manfaat dari barang tersebut melainkan karena kesenangan.

Wawancara yang dilakukan dengan Nikma Sari Harahap salah satu Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menyatakan bahwa masa sekarang ini dalam kehidupan masyarakat telah mengenal gaya hidup yang modern atau modis hal ini dapat terlihat dari cara mereka menggunakan barang-barang ataupun pakaian yang bermerek. Kotler berpendapat bahwa sikap konsumtif dapat muncul karena individu kurang dapat membedakan kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Pelaku ekonomi yang mengonsumsi barang-barang secara berlebihan dan hanya untuk mementingkan kepuasan diri disebut dengan perilaku konsumtif. Gaya hidup Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dapat berubah akibat dari ketertarikan dari perkembangan zaman dan faktor dari teman sekitarnya. Namun dalam hal



tersebut Mahasiswa melakukannya tanpa kesadaran diri dapat terkontrol, Mahasiswa melakukan pembelian barang-barang *branded* dan keinginan secara *online* secara berlebihan terkadang hanya untuk memuaskan diri bukan karena memang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.<sup>13</sup>

Munculnya perilaku konsumtif pada Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dapat menimbulkan gaya hidup yang berlebihan dan tidak sesuai dengan pandangan Islam. Sebenarnya gaya hidup muncul karena adanya perkembangan zaman, dan perkembangan zaman selain memiliki dampak positif juga memiliki dampak negatif, adapun dampak negatifnya seperti adanya kecemburuan sosial lantaran melihat gaya hidup dan barang yang dimiliki orang lain.

Seharusnya dengan kemajuan zaman konsumen harus bisa menyesuaikan serta mengendalikan diri supaya tidak berlebihan dalam membeli barang sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian ini dengan judul “**Analisis Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Konsumen *Online Shop* Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan)**”.

## **B. Batasan Masalah**

Batasan masalah adalah suatu ruang lingkup masalah yang ingin dibatasi oleh peneliti untuk mencegah adanya permasalahan yang muncul meluas serta menyebar sehingga dapat menyebabkan peneliti tidak fokus.

---

<sup>13</sup>Nikma Sari Harahap, “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara. Pukul 09.16. Selasa, 4 April 2023.

Maka peneliti membatasi ruang lingkup masalah yang di teliti yaitu hanya membatasi tentang perilaku konsumtif dan gaya hidup konsumen *online shop* dalam perspektif Islam.

### C. Batasan Istilah

Batasan istilah merupakan cara untuk menghindari kesalahan pemahaman mengartikan suatu istilah yang ada pada penelitian, maka penulis memberikan batasan istilah sebagai berikut :

1. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi yang tiada batas, tidak jarang manusia lebih memilih mementingkan faktor emosi daripada faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan.<sup>14</sup>
2. Gaya hidup adalah suatu bentuk kompensasi terhadap kekurangsempurnaan mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uangnya.
3. *Online Shop* adalah suatu proses pembelian baranga atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjualbelikan ditawarkan melalui *display* dengan gambar yang ada disuatu *website* atau toko maya.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Laila Meiliyandrie Indah Wardana, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*, (Jakarta: NEM, 2021), hlm. 6.

<sup>15</sup>Afdiarsa Zaidan, Dina Ardiah Wahyu Pangestu, dan Ferrea Dzihniaqila, *Bentuk Pemasaran Kewirausahaan Sosial*, (Malang: PT. Cita Intrans Selaras, 2022), hlm. 8.

4. Perspektif Islam adalah cara pandangan terhadap sesuatu sesuai dengan syariat Islam.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas maka rumuasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gambaran perilaku konsumtif *online shop* dalam perspektif Islam?
2. Bagaimana gambaran gaya hidup konsumen *online shop* dalam perspektif Islam?

#### **E. Tujuan Masalah**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif *online shop* dalam perspektif Islam.
2. Untuk mengetahui gambaran gaya hidup konsumen *online shop* dalam Perspektif Islam.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dilakukan penelitian ini antara lain :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bagi peneliti sebagai sarana belajar yang diharapkan akan memberikan manfaat untuk menambah ilmu serta wawasan dan sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Sarjana S1 pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini bagi masyarakat sebagai bahan acuan dan perbandingan dalam mengonsumsi barang khususnya pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

3. Bagi Akademik

Sebagai upaya untuk mengembangkan pengetahuan dibidang ilmu pengetahuan dan penelitian selanjutnya khususnya bagi program studi Ekonomi Syariah mengenai kesadaran diri konsumen dalam mengonsumsi barang.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan kepada peneliti selanjutnya, selain itu sebagai sumber referensi bagi peneliti lainnya yang melakukan penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan dalam penelitian ini, maka disusun sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab I membahas pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah yaitu berisi uraian yang mengantarkan kepada masalah dan menunjukkan adanya masalah yang menjadi objek penelitian kemudian.

Batasan masalah yaitu agar masalah yang akan diteliti lebih fokus dan tertera sehingga masalah penelitian tidak melebar. Batasan istilah pada bagian ini menjelaskan istilah-istilah permasalahan yang akan diteliti.

Bab II membahas tentang landasan teori yang berisikan tentang teori atau konsep kemudian dapat mendukung masalah peneliti agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Kemudian penelitian terdahulu yaitu hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan masalah atau variabel penelitian yang akan diangkat oleh peneliti.

Bab III membahas metode penelitian yang mencakup waktu dan lokasi penelitian. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, sumber data yaitu berasal dari beberapa data primer dan data sekunder. Serta teknik pengumpulan data yaitu dilakukan dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi.

Bab IV berisi hasil penelitian, menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian.

Bab V berisi tentang kesimpulan dan hasil penelitian yang dibahas dari bab-bab sebelumnya, keterbatasan penelitian dan saran sebagai pertimbangan untuk selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Perilaku Konsumen**

###### **a. Pengertian Konsumen**

Pada hakikatnya perilaku merupakan tindakan nyata seseorang yang dapat diobservasi secara langsung. Sedangkan konsumen adalah seseorang yang terlibat dalam suatu kegiatan pembelian atau penggunaan produk. Pelaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan aktivitas masing-masing individu yang dilakukan dalam rangka evaluasi, mendapatkan, penggunaan, atau mengatur barang-barang dan jasa. Pelaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku ini termasuk suatu studi unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan konsumsi dan pembuatan barang dan jasa, pengalaman serta ide.

Pelaku konsumen sendiri merupakan proses yang dinamis yang mencakup perilaku konsumen individual, kelompok dan anggota masyarakat yang terus-menerus mengalami perubahan. Berdasarkan berbagai pengertian pelaku konsumen di atas dapat disimpulkan bahwa pelaku konsumen merupakan sejumlah

tindakan yang nyata dari konsumen yang dipengaruhi oleh faktor tertentu, seperti faktor kejiwaan dan faktor luar lainnya yang mengarahkan konsumen untuk memilih dan menggunakan barang-barang yang diinginkan oleh konsumen.<sup>1</sup>

Pada pembelian produk seharusnya konsumen harus memahami tentang manfaat produk yang akan digunakan. Bahkan bukan itu saja konsumen juga perlu memahami berapa lama manfaat suatu produk masih dapat dinikmati oleh konsume secara aman dan tidak membahayakan. Mempelajari tingkat pengetahuan kosumen tentang produk sangat penting. Dengan mengetahui tingkat pengetahuan, pemahaman, dan keyakinan konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan, maka hal tersebut akan memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan, konsumen merefleksikan dan melaksanakan sejumlah sikap dan perilaku sebelum membuat keputusan membeli, inilah yang dimaksud dengan perilaku kosumen.<sup>2</sup>

#### **b. Konsumsi**

Konsumsi secara umum didefinisikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk meinenuhi kebutuhan manusia. Dalam ekonomi Islam konsumsi juga memiliki pengertian yang sama, tapi

---

<sup>1</sup>Nora Annisa Br Sinulingga dan Hengki Tamando Sihotang, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: IOCS Publisher, 2023), hlm. 1-3.

<sup>2</sup>Damiati, Luh Masdarini dan Made Suriani, *Perilaku Konsumen*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017), hlm. 8.

memiliki perbedaan dalam setiap yang melingkupinya. Perbedaan mendasar dengan konsumsi ekonomi konvensional adalah tujuan pencapaian dari konsumsi itu sendiri, cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman syariaah islamiyyah. Konsumsi merupakan bagian aktifitas ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi akan terjadi jika manusia memiliki uang (harta). Dalam Islam harta merupakan bagian fitrah manusia untuk mencintainya. Islam sebagai *rahinatan lil alamin* menjamin agar sumberdaya dapat terdistribusi secara adil. Salah satu upaya untuk menjamin keadilan distribusi sumberdaya adalah mengatur bagaimana pola konsumsi sesuai dengan syariaah islamiyah yang telah ditetapkan oleh Al-Quran dan As-Sunnah.<sup>3</sup>

Konsep keberhasilan dan kesuksesan seorang muslim bukan diukur dari seberapa besar harta kekayaan yang diperoleh dan dimiliki. Kesuksesan seorang muslim diukur berdasarkan seberapa besar ketakwaan seseorang akan membawa konsekuensi terhadap berapapun besar dan banyaknya harta yang dapat dia peroleh dan bagaimana menggunakannya. Tujuan konsumsi dalam Islam bukan sekedar mendapatkan kepuasan personal dan material melaikan masalah. Masalah merupakan kepuasan yang tidak saja dirasakan oleh sekelompok masyarakat. Masalah ini terkandung kepuasan tidak saja bersifat material atau sosial tetapi

---

<sup>3</sup>Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islami*, (Jakarta: UPI PRESS, 2021), hlm. 197.



juga spiritual. Dalam konsep Islami konsumsi dimaknai bahwa pendapatann yang dimiliki tidak hanya dibelanjakan untuk hal-hal yang sifatnya konsumtif namun ada pendapatan yang dibelanjakan untuk perjuangan di jalan Allah atau lebih dikenal dengan infak.<sup>4</sup>

## 2. Perilaku Konsumtif

### a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Istilah konsumtif berasal dari Bahasa Inggris yaitu *consumptive* yang berarti sifat mengonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan sesuatu berperilaku boros untuk yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku konsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah.<sup>5</sup>

Perilaku kosumtif juga dapat diartikan sebagai tindakan membeli secara berlebihan yang tidak didasari dengan pikiran rasional dengan tujuan memperoleh kesenangan semata untuk memenuhi keinginan tanpa tanpa mementingkan kebutuhan.<sup>6</sup>

Sementara Perilaku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan

---

<sup>4</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 36.

<sup>5</sup>A. Noorah Mujahidah, *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makassar. Skripsi Universitas Negeri Makassar*, 2020, hlm. 7. Diakses Kamis, 24 Agustus 2023, Pukul 13 : 01 WIB.

<sup>6</sup>Laila Meiliyandrie Indah Wardana, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*, hlm. 3.

atau lingkungan. Diketahui perilaku atau aktivitas yang ada pada individu itu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari stimulus yang diterima oleh individu yang bersangkutan baik stimulus eksternal maupun stimulus internal.<sup>7</sup>

Menurut Mike Feather Stone perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Perilaku konsumtif tersebut mengarah pada suka berbelanja (*shopoholics*), pola konsumsi. Namun demikian sebagian terbesar dari perilaku individu itu sebagai respon terhadap stimulus eksternal.<sup>8</sup>

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha barang-barang yang sebenarnya yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu kegiatan mengkonsumsi barang secara berlebihan secara tidak terencana mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan serta tidak didasarkan pada pertimbangan yang

---

<sup>7</sup>Tim Penyusun Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2015), hlm. 859.

<sup>8</sup>Mike Feather Stone, *Posmodernisme Dan Budaya Konsumen, Terjemahan. M.Z. Elisabeth*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 30.

rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas. Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid adalah pembelian impulsif, pembelian berlebihan dan pembelian tidak rasional. Lina, dan Rosyid menyatakan terdapat beberapa aspek-aspek perilaku konsumtif, yaitu :<sup>9</sup>

1) Pembelian Imflusif (*impulsive buying*)

*Impulsive buying* merupakan reaksi konsumen atau kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, segera dan cepat. Reaksi imflusif merupakan tingkat kecenderungan konsumen berperilaku untuk membeli secara spontan dan tiba-tiba. Konsumen yang memiliki reaksi *imflusif* yang tinggi biasanya akan membeli produk *imflusif*.<sup>10</sup>

2) Pembelian Berlebihan (*wasteful buying*)

Pembelian berlebihan adalah keinginan atau dorongan untuk membeli sesuatu yang sulit ditahan. Individu yang melakukan pembelian berlebihan bertujuan untuk mengimbangi suasana atau perasaan negatif.<sup>11</sup>

3) Pembelian Tidak Rasional (*non rasional buying*)

Perilaku membeli yang tidak rasional suatu perilaku dalam mengkonsumsi dikatakan tidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaanya terlebih

---

<sup>9</sup>Dwi Nurhaini, "Pengaruh Konsep Diri Dan Kontrol Diri Dengan Prilaku Konsumtif Terhadap Gatget, Psikoborneo," *Jurnal Ilmiah Psikologi* Vol. 6, No. 1, hlm. 94.

<sup>10</sup>Fatchur Rohman, *Peran Faktor Situasional Dan Perilaku Pembelian Imflusif*, (Malang: UB Press, 2013), hlm. 32.

<sup>11</sup>Ahmad Saifuddin, *Psikologi Siber*, (Jakarta: Kencana, 2023), hlm. 153.

dahulu. Pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode.

#### **b. Indikator Perilaku Konsumtif**

Menurut Sumartono, indikator perilaku konsumtif sebagai berikut :

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- 2) Membeli barang bila kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warni yang menarik.
- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya.
- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik

dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya. Sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan yang berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.

- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang di idolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya.<sup>12</sup>

### c. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif

Keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Bila berbicara tentang perilaku konsumtif, maka tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian.<sup>13</sup>

Menurut Sumartono ciri-ciri perilaku konsumtif, yakni :

- 1) Membeli karena penawaran hadiah yang menarik. Pembelian barang tidak melihat manfaatnya, akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.
- 2) Membeli karena kemasan yang menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya.

---

<sup>12</sup>Heru Kreshna Reza, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 112.

<sup>13</sup>Sjeddie R. Watung, *Literasi Ekonomi*, hlm. 12.

- 3) Membeli barang karena menjaga penampilan diri atau gengsi. Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.
- 4) Membeli barang karena program potongan harga. Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik.
- 5) Kecenderungan membeli barang yang dianggap dapat menjaga status sosial.
- 6) Memakai sebuah barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang.
- 7) Penilaian bahwa pembeli barang dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.<sup>14</sup>

#### **d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan di mana ia dilahirkan dan dibesarkan.

---

<sup>14</sup>Muhammad Pedy Purnama, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi," *Skripsi Universitas Negeri Raden Intan Lampung*, 2019, hlm. 18.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu :

- 1) Kebudayaan adalah pembentukan yang paling dasar dari keinginan dan perlakuan manusia paling banyak adalah belajar. Dengan adanya faktor budaya secara tidak langsung seseorang akan memperoleh nilai, persepsi, preferensi dan perilaku melalui keluarga maupun institusi-institusi lainnya. Adapun yang akan menjadi peroleh adalah nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku.
- 2) Kelas sosial, kelas sosial adalah divisi masyarakat relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan tingkah laku yang serupa. Kelas sosial bukan ditentukan oleh satu faktor tunggal tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lainnya.
- 3) Kelompok sosial adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama. Tingkah laku manusia dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil yang mana mempunyai pengaruh langsung dan seseorang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>Sjeddie R. Watung, *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*, (Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media, 2021), hlm. 10-11.

### 3. Gaya Hidup

#### a. Pengertian Gaya Hidup

Konsep gaya hidup dan kepribadian sering kali disamakan, padahal sebenarnya keduanya berbeda. Gaya hidup lebih menunjukkan pada bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uang dan bagaimana memanfaatkan waktunya. Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai gaya hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat). Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan, dari masa ke masa gaya hidup suatu individu atau kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Namun demikian, gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen.<sup>16</sup>

Menurut Joseph Plummer mengatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam hal :

- 1) Bagaimana menghabiskan uangnya.
- 2) Minat mereka, apa yang dianggap penting disekitarnya.
- 3) Pandangan-pandangan baik terhadap diri sendiri maupun orang lain.

---

<sup>16</sup>Desi Budi Yanti Man, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Syar'i," *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2018, hlm. 1. Diakses Kamis, 24 Agustus 2023, Pukul 13:58 WIB.



- 4) Karakter-karakter dasar seperti yang mereka telah lalui dalam kehidupan (*life cycle*), pendidikan dan di mana mereka tinggal.<sup>17</sup>

#### **b. Segmentasi Gaya Hidup**

Di Indonesia dengan menggunakan model yang dikembangkan oleh Plummer, berhasil memetakan 6 segmen gaya hidup sebagai berikut :

##### 1) Hura-hura

Hura-hura yaitu kelompok yang menyukai ‘hura-hura’, dalam artian tidak terlalu serius dalam suatu hal. Sebagian besar kelompok ini adalah mereka yang senang dengan keramaian.

##### 2) Hedonis

Hedonis adalah segmen yang mengarahkan untuk mencari kenikmatan hidup. Mereka banyak menghabiskan waktu di luar rumah dan cenderung membeli barang-barang yang berharga mahal untuk kesenangan. Kelompok hedonis cenderung lebih banyak menghabiskan uang.<sup>18</sup>

##### 3) Rumahan

Rumahan atau biasa disebut dengan anak rumahan, yaitu yang lebih banyak menghabiskan waktunya dirumah dan tidak banyak bergaul dengan teman-teman yang ada di sekitar lingkungannya.

---

<sup>17</sup>John. C Mowen Dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen. Edisi Kelima. Jilid 1. Terj. Lina Salim*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 283.

<sup>18</sup>Bernard T. Widjaja, *Lifestyle Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2021), hlm. 47.

#### 4) Sportif

Sportif yaitu mereka yang senang olahraga dan banyak mendapatkan prestasi pada bidang keluarga. Biasanya mereka tidak memikirkan penampilan dan lebih terbuka terhadap situasi.

#### 5) Kebanyakan

Kebanyakan adalah tipe yang paling umum ditemui, mereka agak berhati-hati dalam bertindak dan mengambil keputusan.

#### 6) Orang untuk orang lain

Kelompok yang peka terhadap kebutuhan orang lain, dapat diandalkan dan bersikap sosial, produktif, dan mengutamakan kebersamaan dengan keluarga.

### c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Amstrong, faktor yang mempengaruhi gaya hidup ada dua yaitu faktor yang berasal dari diri individu (*internal*) dan faktor yang berasal dari luar (*eksternal*).

#### 1) Faktor Internal

##### a) Sikap

Sikap adalah respon individu terhadap suatu hal ketika merasakan sesuatu. Robbins & Judge mendefinisikan sikap sebagai pernyataan-pernyataan evaluatif apakah hal yang diinginkan atau tidak terkait dengan objek, orang, atau

sebuah peristiwa. Sikap dapat menjelaskan bagaimana seorang individu merasakan sesuatu

b) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari melalui belajar agar dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat berbentuk pandangan terhadap suatu objek.<sup>19</sup>

c) Kepribadian

Kepribadian mencerminkan perbedaan seseorang dengan orang lain dan kepribadian merupakan sikap seseorang konsisten yang berkelanjutan.<sup>20</sup>

d) Konsep Diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan kerangka acuan yang menjadi awal perilaku.

---

<sup>19</sup>Sri Hastutik, *Perilaku Organisasi*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 117.

<sup>20</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 72.

e) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

f) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.<sup>21</sup>

2) Faktor Eksternal

a) Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggota

---

<sup>21</sup>Nurul Yusna Yunus, *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Meybeline Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Manado, Skripsi Insitut Agama Islam Negeri Manado*, 2021, hlm.10. Diakses Kamis 24 Agustus 2023, Pukul 15:09 WIB.

didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.<sup>22</sup>

d) Kebudayaan

Kebudayaan adalah sumber yang paling dasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang. Tingkah laku manusia telah banyak dipelajari. Seorang anak yang dibesarkan dalam suatu masyarakat mempelajari seperangkat nilai dasar, persepsi, dan tingkah laku melalui sosialisasi melibatkan keluarga.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>Nurul Yusna Yunus, hlm. 10.

<sup>23</sup>Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, hlm. 47.

#### **4. Konsumsi Dalam Islam**

##### **a. Definisi Konsumsi Dalam Islam**

Konsumsi secara umum didefinisikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam ekonomi Islam, konsumsi juga memiliki pengertian yang sama, tetapi memiliki perbedaan dalam setiap yang melingkupinya. Perbedaan mendasar dengan konsumsi konvensional adalah tujuan pencapaian dari konsumsi itu sendiri, cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman syariah Islamiyah. Konsumsi dalam ekonomi Islam adalah penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman syariah Islamiyah dan tujuannya yang harus sesuai dengan prinsip syariah. Konsumsi dalam ekonomi Islam tidak sebatas nilai guna atas barang atau jasa, tetapi mengaitkannya dengan syariah sebagai pedoman, baik dalam proses memperoleh barang dan jasa, maupun dalam menggunakannya.<sup>24</sup>

Konsumsi dalam Islam bukan hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan fisik, dan biologis saja, tetapi sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah Swt. Hubungan antara konsumsi dengan ibadah menunjukkan bahwa bagi konsumen muslim, konsumsi bukan hanya sekedar menikmati manfaat barang dan jasa, tetapi juga ditindak lanjuti dengan rasa syukur yang diwujudkan

---

<sup>24</sup>Nur Rianto Al-Arif, *Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 14.

dalam bentuk ibadah. Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah Swt. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala.<sup>25</sup>

Memahami pendapat di atas, bahwasannya pemanfaatan barang dan jasa tidak terlepas dari motivasi ibadah. Motivasi ibadah tersebut didasari oleh kesadaran bahwa semua anugerah dan kenikmatan dari segala sumber daya yang diterima, merupakan ciptaan dan milik Allah Swt secara mutlak dan akan kembali kepada-Nya. Konsumsi jika disertai dengan motivasi ibadah dalam rangka ketakwaan, supaya badan sehat dalam menjalankan ibadah kepada Allah Swt, maka konsumsi tersebut memiliki dimensi akhirat. Berdasarkan pendapat di atas, konsumsi dalam ekonomi Islam berkaitan erat dengan rasa syukur atas karunia Allah, karena dapat memperoleh barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Rasa syukur tersebut mendorong terciptanya kepuasan spiritual, sehingga konsumen dapat merasa cukup dengan rezeki yang diterima, walaupun jumlahnya tidak banyak.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup>*Ibid*, hlm. 17.

<sup>26</sup>Andi Bahri S, "Etika Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Dalam Hunafa," *Jurnal Studia Islamika* Vol. 11, No. 2 Tahun 2014, hlm. 364.

## b. Perilaku Konsumsi Dalam Perspektif Islam

Pada dasarnya setiap manusia mempunyai kecenderungan untuk melakukan perilaku konsumtif, namun tidak semua orang bisa menyalurkannya. Dalam Islam, manusia yang berperilaku konsumtif diperingatkan dalam Al-Quran agar harta yang kita miliki dibelanjakan sesuai dengan aturan syara', tidak berlebih-lebihan dan juga tidak kikir. Inilah yang disebut dengan kesederhanaan dalam Islam.

Dalam Q.S Al-Maidah ayat 87 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ٨٧

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”.<sup>27</sup>

Tafsir Al-Madinah Al-Munawwarah / Markaz Ta'dzhim al-Qur'an di bawah pengawasan Syaikh Prof. Dr. Imad Zuhair Hafidz, professor fakultas al-Qur'an Univ Islam Madinah yaitu Hai orang-orang yang beriman kepada Allah janganlah kalian menjadikan hal yang haram menjadi halal dan yang halal menjadi haram; seperti mengharamkan makanan, minuman, dan kenikmatan yang halal bagi kalian, atau menghalalkan makanan dan minuman yang diharamkan. Jika kalian melakukan hal ini maka kalian telah mempersempit apa yang telah diluaskan Allah, dan meluaskan apa yang telah

---

<sup>27</sup>Departemen Agama Republik Indonesia. Q.S Al-Maidah' Ayat 87.



dipersempit Allah kepada kalian. Maka janganlah kalian melewati batas, sehingga menghalalkan apa yang diharamkan Allah dan mengharamkan apa yang dihalalkan Allah. Sungguh Allah membenci orang-orang yang melewati batas. Dan yang dimaksud dalam ayat ini bukanlah larangan mengucapkan dengan lisan bahwa sesuatu itu haram baginya, namun yang dimaksud adalah meninggalkan atau tidak memakan sesuatu karena ingin mempersulit dan bersikap keras terhadap dirinya, baik itu dia mengucapkan keharaman itu dengan lisan maupun tidak.<sup>28</sup>

Tafsir Al-Mukhtashar / Markaz Tafsir Riyadh, di bawah pengawasan Syaikh Dr. Shalih bin Abdullah bin Humaid, Imam Masjidil Haram yaitu Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kalian mengharamkan hal-hal yang nikmat berupa makanan, minuman, dan pernikahan yang dihalalkan bagi kalian. Janganlah kalian mengharamkannya dengan niat bersikap zuhud atau beribadah. Dan janganlah kalian melanggar larangan-larangan Allah. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melanggar larangan-larangan-Nya, bahkan Dia membenci mereka.<sup>29</sup>

Tafsir Al-Wajiz / Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili, pakar fiqih dan tafsir negeri Suriah yaitu Wahai orang-orang mukmin, janganlah kalian mengharamkan sesuatu yang baik-baik (kelezatan)

---

<sup>28</sup>Referensi : <https://Tafsirweb.Com/1971-Surat-Al-Maidah-Ayat-87.Html>. Diakses Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 12:54 WIB.

<sup>29</sup>Referensi : <https://Tafsirweb.Com/1971-Surat-Al-Maidah-Ayat-87.Html>. Diakses Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 12:56 WIB.

yang dihalalkan Allah untuk kalian, dengan alasan zuhud atau mendekatkan diri kepada Allah. Dan janganlah kalian melampaui batas-batas halal-haram, sehingga kalian menghalalkan hal yang diharamkan Allah atas kalian. Sesungguhnya Allah akan menghukum atau membalas orang-orang yang melanggar batas-batas dan aturan Allah.<sup>30</sup>

Janganlah engkau belanjakan hartamu dalam urusan selain ketaatan kepada Allah atau secara berlebihan dan boros. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak sesuai dengan ajaran Islam mengenai konsumsi, karena Islam tidak memperbolehkan sikap bermewah-mewahan serta melarang sikap boros dan mubadzir.

Dalam Q.S Al-Isra' ayat 26 menerangkan bahwa :

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦

“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”.<sup>31</sup>

Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia yaitu

“Dan berbuat baiklah kepada orang-orang yang masih terkait hubungan kekerabatan denganmu, dan berilah ia haknya dalam bentuk kebaikan dan bakti dan berilah orang miskin yang tidak memiliki sesuatu yang mencukupinya dan menutupi kebutuhannya,

---

<sup>30</sup>Referensi : <https://Tafsirweb.Com/1971-Surat-Al-Maidah-Ayat-87.Html>. Diakses Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 12:59 WIB.

<sup>31</sup>Departemen Agama Republik Indonesia. Q.S Al-Isra' Ayat. 26.

musafir yang terasing dari keluarga dan kehabisan bekal harta. Dan janganlah engkau belanjakan hartamu dalam urusan selain ketaatan kepada Allah atau secara berlebihan dan boros”.

Tafsir Al-Madinah Al-Munawwarah / Markaz Ta'dzhim al-Qur'an di bawah pengawasan Syaikh Prof. Dr. Imad Zuhair Hafidz, professor fakultas al-Qur'an Univ Islam Madinah yaitu “Allah memerintahkan untuk menunaikan hak-hak para kerabat berupa kebaikan bagi mereka, dan menunaikan hak orang-orang miskin yang membutuhkan, dan musafir yang jauh dari keluarga dan hartanya. Dan janganlah memboroskan hartamu demi menuruti hawa nafsu, karena orang-orang yang boros harta tanpa alasan yang benar seperti setan-setan yang selalu membelanjakan harta di dalam kebatilan. Sungguh setan sangat mengingkari kenikmatan-kenikmatan yang telah Allah berikan”.<sup>32</sup>

Tafsir Al-Wajiz / Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili, pakar fiqh dan tafsir negeri Suriah yaitu “Berilah kerabatmu hak-haknya berupa kebaikan dan silaturahmi. Dan berilah orang yang membutuhkan itu haknya berupa zakat, juga orang yang kehabisan bekal dalam perjalanannya. Sedekahkanlah kepada mereka sedekah nafilah ketika membutuhkan. Dan janganlah kamu menafkahkan harta benda kepada selain tempat yang disarankan oleh syariat. Hal itu melewati batas yang telah dipertimbangkan oleh syariat dalam

---

<sup>32</sup>Referensi : <https://Tafsirweb.Com/4630-Surat-Al-Isra-Ayat-26.Html>. Diakses Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 13:07 WIB.,

urusan infak yang halal dan infak kepada selain yang berhak. Ayat ini diturunkan terkait nasihat kepada orang-orang itu.”<sup>33</sup>

### c. Kaitan Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup

Mengonsumsi barang-barang yang mewah dan berlebihan merupakan perilaku konsumtif dengan gaya hidup karena kebiasaan yang selalu menginginkan sesuatu yang menjadi tren. Hal tersebut menjadikan kebutuhan bukanlah hal yang prioritas bagi individu sehingga berdampak negatif dalam kehidupan. Misalnya ekonomi yang terus menerus melakukan pemborosan sehingga akan mengalami penurunan ekonomi atau keuangan. Dampak negatif dari perilaku konsumtif tentunya pemborosan dan ketidakefisienan biaya.

Secara Psikologis perilaku konsumtif mengakibatkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak nyaman. Hal ini dikarenakan individu selalu merasa ada permintaan untuk membeli barang yang di inginkan, namun aktivitas pembelian barang tersebut tidak didukung oleh dukungan finansial yang memadai sehingga menimbulkan perasaan cemas karena barang tersebut tidak terpenuhi. Oleh karena itu dapat dikatakan hal-hal yang mendorong terjadinya perilaku konsumtif adalah gaya hidup.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup>Referensi : <https://Tafsirweb.Com/4630-Surat-Al-Isra-Ayat-26.Html>. Diakses Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 13:07 WIB.”.

<sup>34</sup>Hasnidar Thamrin & Adnan Achiruddin Saleh, “Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Jurnal Media Komunikasi Dan Dakwah*, Vol. 11, No. 1 Tahun 2021.

Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang untuk menghabiskan waktu (aktivitas) yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan lingkungan sekitarnya. Cara hidup yang dilakukan setiap masyarakat biasanya berbeda-beda bergantung pada aktivitasnya sehari-hari, baik karena kebutuhan maupun pengaruh lingkungan sekitar yang meliputi: keluarga, pekerjaan, komunitas, bisnis, politik, pendidikan, dan masa depan. Pada setiap kesempatan aktivitas seseorang, online shopping menjadi perbincangan oleh sebagian kalangan mahasiswa. Mereka cenderung memiliki ketertarikan dengan produk-produk online shop untuk menjaga penampilan sebagai wujud identitas diri.<sup>35</sup>

#### **d. Gaya Hidup dalam Perspektif Islam**

Gaya hidup seseorang juga mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Dengan adanya salah satu faktor seperti dari faktor pengalaman dan pengamatan menjadikan seseorang bisa membedakan tingkah laku yang bagaimana harus dihindari supaya cenderung terhindar dari gaya hidup yang bertentangan dengan syariat Islam.

Menurut pandangan Islam gaya hidup dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu gaya hidup Islami dan gaya hidup jahili. Gaya hidup Islami yaitu gaya hidup yang memiliki landasan yang mutlak

---

<sup>35</sup>Noor Fatmawati, "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop," *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* Vol. 29, No. 1 Tahun 2020.

dan kuat, yaitu tauhid, inilah gaya hidup orang yang beriman. Namun gaya hidup jahiliyah landasannya bersifat relatif dan rapuh yaitu syirik, inilah gaya hidup orang kafir. Seorang muslim telah menjadi keharusan untuk memilih gaya hidup Islami dalam menjalani hidup dan kehidupan.

Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-An'am ayat 32 :

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَهَوٌّ وَلَلْآخِرَةُ خَيْرٌ لِّلَّذِينَ يَتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

“Dan tiadalah kehidupan dunia ini, selain dari main-main dan senda gurau belaka. Dan sungguh kampung akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Maka tidakkah kamu memahaminya?”.<sup>36</sup>

Tafsir Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia yaitu “Dan tidaklah kehidupan dunia ini dalam kondisinya secara umum, melainkan hanya berisi tipuan dan kebatilan belaka. Dan berbuat amal shalih untuk negeri akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang takut kepada Allah. Mereka ini memelihara diri dari siksaanNya dengan amal ketaatan kepadaNya dan menjauhi perbuatan-perbuatan maksiat kepadaNya. Tidakkah kalian mau berfikir (wahai orang-orang musyrik yang terpedaya oleh perhiasan dunia), lalu kalian lebih memilih yang abadi daripada yang fana”.<sup>37</sup>

Tafsir Al-Madinah Al-Munawwarah / Markaz Ta'dzhim al-Qur'an di bawah pengawasan Syaikh Prof. Dr. Imad Zuhair Hafidz,

<sup>36</sup>Departemen Agama Republik Indonesia. Q.S Al-An'am' Ayat 32.

<sup>37</sup>Referensi : <https://Tafsirweb.Com/2156-Surat-Al-Anam-Ayat-32.Html>. Diakses Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 13:24WIB.

professor fakultas al-Qur'an Universitas Islam Madinah yaitu “Selama apapun kehidupan di dunia, ia hanyalah permainan dan senda gurau karena merupakan kehidupan yang fana. Adapun kehidupan akhirat merupakan kehidupan yang kekal, kehidupan ini akan membawa kebaikan bagi orang-orang yang bertakwa. Maka Adakah orang berakal yang memahami hal ini”.<sup>38</sup>

Tafsir Al-Mukhtashar / Markaz Tafsir Riyadh, di bawah pengawasan Syaikh Dr. Shalih bin Abdullah bin Humaid, Imam Masjidil Haram yaitu “Dan kehidupan dunia yang mereka cintai itu tidak lain hanyalah permainan dan tipu daya belaka bagi orang yang tidak mau melakukan apa yang diridai Allah. Sedangkan negeri Akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang takut kepada Allah dengan melaksanakan apa yang diperintahkan kepada mereka, yaitu beriman dan patuh kepada-Nya, dan meninggalkan apa yang terlarang bagi mereka, yaitu berbuat syirik dan melakukan maksiat. Tidakkah kalian memikirkan hal itu, wahai orang-orang musyrik? Sehingga kalian nantinya akan beriman dan beramal saleh”.<sup>39</sup>

Tafsir Al-Wajiz / Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili, pakar fiqih dan tafsir negeri Suriah yaitu “Allah membalas perkataan orang-orang kafir “Tiada kehidupan lagi kecuali kehidupan kami di dunia”, bahwa sesungguhnya kehidupan ini hanyalah permainan

---

<sup>38</sup>Referensi : <https://Tafsirweb.Com/2156-Surat-Al-Anam-Ayat-32.Html>. Diakses Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 13:16 WIB.

<sup>39</sup>Referensi : <https://Tafsirweb.Com/2156-Surat-Al-Anam-Ayat-32.Html>. Diakses Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 13:16 WIB.

yang tidak bisa mewujudkan suatu kemanfaatan dan tidak juga memberikan kemudharatan, serta hiburan yang memalingkan dari sesuatu yang bermakna dan penting. Kehidupan (dunia) itu adalah fatamorgana yang menipu. Sedangkan rumah akhirat dan persiapan diri untuk menyambungnya itu lebih baik bagi orang-orang yang takut kepada Allah, takut berbuat syirik dan maksiat. Apakah kalian tidak memikirkan hal itu, wahai orang yang mengingkari akhirat”<sup>40</sup>

Ayat ini menjelaskan bahwa kehidupan secara umum tidak lain kecuali kenikmatan yang menipu lagi palsu, dan lebih baik bagi orang-orang yang takut kepada Allah, sehingga mereka menjaga diri dari adzab Allah dan menaati-Nya dan menjauhi larangannya. Kaum musyrikin yang terkecoh oleh kehidupan dunia, tidak berfikir sehingga mendahulukan yang kekal diatas yang fana.

## B. Penelitian Terdahulu

Sebagai pertimbangan dan perbandingan untuk landasan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Maka peneliti mengambil penelitian ini yang berhubungan dengan judul yang diteliti untuk menjadi bahan masukan untuk peneliti yang mempunyai kaitan dalam penelitian ini.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama /Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Riza Rosyida Khoiriyah/2021. (Skripsi/Institut	Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponogoro	Secara garis besar perilaku konsumsi dilakukan oleh

<sup>40</sup>Referensi : <https://Tafsirweb.Com/2156-Surat-Al-Anam-Ayat-32.Html>. Diakses Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 13:29 WIB.



	Agama Islam Negeri Ponogoro).	dalam Membeli Produk <i>Online Shop</i> (perilaku konsumsi islami).	Mahasiswa FEBI IAIN Ponogoro tidak sesuai dengan syariat konsumsi Islam seperti membelanjakan harta untuk kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran dan kesederhanaan. <sup>41</sup>
2.	Putri Sakina/2021. (Skripsi/Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).	Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2017 ditinjau Menurut Ekonomi Islam.	Perilaku konsumtif mahasiswi jurusan ekonomi syariah angkatan 2017 belum ada kesadaran akan pentingnya konsumsi sesuai dengan aturan ekonomi Islam. <sup>42</sup>
3.	Anesty Hayatunufus Hafsyah/2020. (Jurnal/STIE Sutaatmadja Subang Indonesia)	Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap	Terdapat hubungan antara kepuasan konsumen dengan transaksi online. Terdapat hubungan antara perilaku konsumtif dengan transaksi <i>online</i> .

<sup>41</sup>Riza Rosyida Khoiriyah, "Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponogoro Dalam Membeli Produk *Online Shop* (Perilaku Konsumsi Islami)," *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponogoro*, 2021, hlm. 1.

<sup>42</sup>Putri Sakina, "Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2017 Ditinjau Menurut Ekonomi Islam," *Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 2022, hlm. 1.

		Transaksi <i>Online</i>	Terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan transaksi <i>online</i> . <sup>43</sup>
4.	Rahayu Mei Wardani/2021. (Skripsi/ Institut Agama Islam Negeri Ponorogo).	Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Ponorogo).	Pola perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Ponorogo menunjukkan kesenjangan antara teori dan praktiknya. Hal tersebut berdasarkan penelitian yang telah dilakukan prioritas konsumsi Mahasiswa bukan sebatas kebutuhan saja tapi juga keinginan. <sup>44</sup>
5.	Mertisa Fardesi/2020. (Skripsi/ Universitas Islam Negeri Ar-Raniry).	Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Santri ditinjau dalam Perspektif Religiusitas (Studi pada dayah modern darul ulum	Perilaku konsumtif dan gaya hidup santri meliputi kebutuhan harian, pendidikan, uang saku, dan pakaian. Ditinjau dari religiusitas meliputi beberapa aspek yaitu keyakinan, praktek

<sup>43</sup>Anestya Hayatunufus Hafsyah “Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online”, *Jurnal Volume 01 Nomor 06 Tahun 2020* (Hal: 94-103). 2020.

<sup>44</sup>Rahayu Mei Wardani, “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Ponorogo),” *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2021, hlm. 5.

		Banda Aceh).	ibadah, pengalaman, pengetahuan, pengamalan sehingga santri yang berperilaku konsumtif akan memperoleh kontrol dari aspek religiusitas tersebut. <sup>45</sup>
6.	Nurfadila/2020. (Skripsi/Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).	Gaya Hidup Shopaholic Mahasiswa Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar).	Adapun faktor yang mempengaruhi gaya hidup shopaholic mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam hal konsumtivisme, diantaranya gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, banyaknya pusat perbelanjaan, mengikuti trend dan pengaruh lingkungan pergaulan. <sup>46</sup>

<sup>45</sup>Mertisa Fardesi, "Analisis Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Santri Ditinjau Dalam Perspektif Religiusitas (Studi Pada Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh," *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*, 2020, hlm. 14.

<sup>46</sup>Nurfadila, "Gaya Hidup Shopaholic Mahasiswa Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar)," *Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 2020, hlm. 7.

7.	Rani Oktavia/2018. (Skripsi/Institut Agama Islam Negeri Metro).	Perilaku konsumtif ditinjau dari prinsip konsumsi Islam.	Penyebab masyarakat di Desa Hargomulyo khususnya Ibu-ibu menjadi konsumtif dikarenakan faktor kepercayaan dan sikap terhadap iklan barang-barang baru dan tetangga kaya yang suka belanja. Pemahaman masyarakat tentang prinsip konsumsi dalam Islam juga belum semua memahaminya. <sup>47</sup>
8.	Irma Yunita/2018. (Skripsi/Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi).	Analisis perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.	Secara umum perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi Islam IAIN Bukittinggi belum sepenuhnya sesuai dengan perilaku konsumsi menurut perspektif ekonomi Islam. <sup>48</sup>

<sup>47</sup>Rani Oktavia, "Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam," *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro*, 2018, hlm. 5.

<sup>48</sup>Irma Yunita, "Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam," *Skripsi IAIN Bukittinggi*, 2018, hlm. 1.

Berdasarkan Tabel 1.1 adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Riza Rosyida Khoiriyah yaitu sama-sama perilaku konsumsi yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Perbedaannya Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Riza Rosyida Khoiriyah yaitu kalau dipenelitian Riza Rosyida Khoiriyah Mahasiswa FEBI IAIN Ponogoro tidak sesuai dengan syariat konsumsi Islam seperti membelanjakan harta untuk kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran dan kesederhanaan, sedangkan dalam penelitian ini masyarakat mengonsumsi barang secara konsumtif dikarena kemajuan zaman dan pengaruh dari teman.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Putri Sakina yaitu sama-sama menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak adanya kesadaran akan pentingnya konsumsi sesuai dengan aturan ekonomi Islam. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Putri Sakina yaitu kalau penelitian Putri Sakina studi kasus perilaku konsumtif mahasiswi jurusan ekonomi syariah angkatan 2017 sedangkan penelitian ini studi kasusnya Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Anestyah Hayatunufus Hafsyah yaitu sama-sama adanya pengaruh gaya hidup dengan perilaku konsumtif.

4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rahayu Mei Wardani yaitu sama-sama menunjukkan konsumen membeli barang bukan hanya sebatas kebutuhan saja tapi juga keinginan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rahayu Mei Wardani, bahwasanya dalam penelitian ini perilaku konsumtif sejalan dengan gaya hidup sedangkan dalam penelitian Rahayu Mei Wardani menunjukkan kesenjangan antara teori dan praktiknya.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Mertisa Fardesi yaitu perilaku konsumtif terjadi salah satunya karena kebutuhan pribadi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Mertisa Fardesi yaitu kalau penelitian Mertisa Fardesi meneliti perilaku konsumtif santri sedangkan dalam penelitian ini fokus dengan masyarakat Kelurahan Sihitang Kota Padangsidempuan dan Mahasiswa/i UIN SYAHADA Padangsidempuan.
6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nurfadilla yaitu sama-sama adanya pengaruh yang membuat gaya hidup berubah, seperti dari faktor keluarga, lingkungan, dan iklan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nurfadilla yaitu kalau penelitian Nurfadilla yaitu faktor yang mempengaruhi gaya hidup shopaholic mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam hal konsumtivisme, diantaranya gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, banyaknya pusat perbelanjaan, mengikuti trend dan pengaruh lingkungan pergaulan, sedangkan pada penelitian ini mengonsumsi

barang secara konsumtif dikarena kemajuan zaman dan pengaruh dari teman.

7. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rani Oktavia yaitu sama-sama adanya beberapa faktor yang membuat perilaku konsumtif tertarik dalam belanja online. Pada penelitian Rani Oktavia adanya faktor kepercayaan dan sikap terhadap iklan barang-barang baru dan tetangga kaya yang suka belanja, sedangkan dalam penelitian ini karena adanya pengaruh dari teman dan kemajuan zaman. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rani Oktavia yaitu kalau penelitian Rani Oktavia terjadinya perilaku konsumtif karena faktor kepercayaan dan sikap terhadap iklan barang-barang baru dan tetangga kaya yang suka belanja, sedangkan dalam penelitian ini karena faktor untuk memenuhi kepuasan saja bukan karena kebutuhan.
8. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Irma Yunita yaitu sama-sama menunjukkan belum sepenuhnya sesuai dengan perilaku konsumsi menurut perspektif ekonomi Islam. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Irma Yunita yaitu kalau penelitian Irma Yunita dalam bentuk menganalisis secara mendalam tentang perilaku konsumtif sedangkan dalam penelitian ini tentang hubungan perilaku konsumtif dan gaya hidup konsumen *online shop*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Adapun waktu penelitian dilakukan dari bulan Januari 2023 sampai Agustus 2023.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian Kualitatif, dengan menggunakan pendekatan deskriptif yang diamati secara langsung dari lapangan tempat penelitian. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang data-datanya hadir dan dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, ungkapan, narasi dan gambar.<sup>1</sup>

#### **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah orang yang memberikan informasi yang berarti orang yang ada pada latarbelakang penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi keadaan dan masalah yang sebenarnya. Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu 100 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Angkatan 2019.

---

<sup>1</sup>Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian* (Surabaya: Media Nusantara, 2021), hlm. 2.



#### **D. Sumber Data**

Sumber data sangat penting untuk melakukan penelitian karena salah satu hal yang menentukan keberhasilan suatu penelitian. Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti melalui observasi dan wawancara<sup>2</sup>. Data primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Iskam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan angkatan 2019.
2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data tambahan yang diperoleh dari buku, jurnal dan karya ilmiah yang berkaitan dengan judul ini.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mencari informasi secara langsung dengan menyampaikan beberapa pertanyaan kepada para

---

<sup>2</sup>Sapto Haryoko, Bahartiar, Dan Fajar Arwadi, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik Dan Prosedur Analisis)*, Cetakan Pertama, (Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar, 2020), hlm. 122.

narasumber<sup>3</sup>. Kemudian dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur merupakan pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya sehingga memiliki standar yang sama.<sup>4</sup>

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau analisis dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain. Dokumentasi juga merupakan sumber data yang digunakan untuk pengisian penelitian baik berupa sumber tertulis, film, gambar, dan karya monumental yang semuanya memberikan informasi untuk proses penelitian.<sup>5</sup>

## F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan data merupakan analisis terhadap data dengan menggunakan metode serta cara tertentu dalam penelitian. Analisis data merupakan penyusunan dan mencari tahu secara sistematis data yang diperoleh di lapangan melalui wawancara secara langsung dan mendalam, catatan lapangan dan dokumentasi dengan tujuan agar mudah dipahami. Pengolahan data menggunakan teknik sebagai berikut :

---

<sup>3</sup>Eko Murdianto, *Metode Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Yogyakarta Press, 2020), hlm. 59.

<sup>4</sup>Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ikatan Penerbit Indonesia, 2021), hlm. 22.

<sup>5</sup>Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan Pertama*, (Makassar: Syakir Media Press, 2021), hlm. 149.

### 1. Reduksi Data

Reduksi data adalah pengumpulan data penelitian kualitatif menggunakan berbagai macam teknik dan berlangsung secara berulang-ulang sehingga diperoleh dalam data sangat banyak dan kompleks<sup>6</sup>.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dalam penelitian ini selanjutnya peneliti akan menyajikan data dengan mengurangi informasi yang didapat dan merangkum pembahasan data menjadi beberapa kalimat agar mudah dipahami.<sup>7</sup>

### 3. Penarikan Kesimpulan

Setelah data selesai disajikan, langkah selanjutnya penarikan kesimpulan yang sudah selesai dalam menjabarkan berbagai data yang diperoleh.

## **G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data**

Teknik keabsahan data merupakan salah satu pemeriksaan keabsahan data yang menggunakan sesuatu selain data untuk keperluan pengecekan sebagai perbandingan terhadap data tersebut. Adapun pengecekan keabsahan data yang digunakan yaitu :

---

<sup>6</sup>Umriati, *Analisis Data Kualitatif*, (Makassar: Sekolah Tinggi Teologi Jaffray, 2020), hlm. 105.

<sup>7</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta : 2019), hlm 325.

## 1. Triangulasi

Triangulasi sumber bertujuan untuk pengujian keandalan data, pemeriksaan data yang diperoleh dengan beberapa sumber dan penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Misalnya uji keandalan data tentang gaya kepemimpinan individu maka pengumpulan dan verifikasi data yang dilakukan ke bawahan dari pemimpinnya. Kemudian dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber juga bertujuan untuk menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber pengolahan data.<sup>8</sup>

## 2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan adalah sebuah teknik validasi data berdasarkan seberapa gigih peneliti saat melakukan kegiatan observasi. Menurut ahli bahwa ketekunan pengamatan suatu usaha menemukan ciri-ciri dan unsur situasi yang sangat penting tentang masalah yang dicari oleh peneliti dan kemudian fokus pada hal-hal ini secara rinci. Ketekunan pengamatan bertujuan untuk menemukan karakteristik dan faktor-faktor yang sangat relevan dengan persoalan yang sedang dicari dan kemudian memutuskan hal-hal tersebut secara rinci. Teknik ini diperlukan peneliti agar mampu menguraikan dan menelaah secara rinci penelitian yang dilakukan tersebut. Ketekunan pengamatan dilakukan untuk mencapai kompetensi

---

<sup>8</sup>Umar Sidik Dan Moh Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bandung Pendidikan, Cetakan Pertama*, (Bandung: CV Nata Karya, 2019), hlm. 94.

tingkat tinggi cara penting lainnya adalah meningkatkan kesabaran dalam observasi lapangan.<sup>9</sup>

### 3. Menggunakan bahan referensi

Menggunakan benda referensi adalah pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Sebagai contoh dari hasil wawancara dan interaksi manusia ataupun gambaran suatu keadaan perlu didukung oleh foto-foto atau potretan gambar.

---

<sup>9</sup>Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitiamn Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), hlm. 75.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

##### **1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri pada tahun 2013. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bersamaan dengan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan Peraturan Presiden No 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013.

Perpres ini diundangkan di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 122. Tindak lanjut dari Perpres tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki 4 fakultas

yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Artinya IAIN Padangsidempuan dipercaya untuk melaksanakan arahan Kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu sosial dan humaniora. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari Jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN.

Sejalan dengan alih status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidempuan menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan melalui Peraturan Presiden RI Nomor 52 Tahun 2013, ada 4 (empat) Fakultas di lingkungan IAIN Padangsidempuan, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 2 (dua) jurusan, yaitu Jurusan Perbankan Syariah dan Jurusan Ekonomi Syariah.

Adapun Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam :

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan ekonomi dan bisnis Islam *teoantropoekosentris* (Al-Ilahiyah, Al-Insaniyah, dan Al-Kauniyah) dan berperan aktif di tingkat internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berkualitas secara konsep dan praktis yang berbasis *teoantropoekosentris*.
- 2) Meningkatkan kualitas penelitian di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis *teoantropoekosentris*.
- 3) Meningkatkan kualitas pengabdian kepada masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis *teoantropoekosentris*.
- 4) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan pemangku kepentingan internasional dan nasional.
- 5) Membangun sistem manajemen dengan tata kelola dan budaya mutu yang baik.



## **2. Program Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

### **a. Sejarah Program Studi Ekonomi Syariah**

Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri pada tahun 2013. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bersamaan dengan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan peraturan presiden Nomor 52 tahun 2013 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013. Perpres ini diundangkan di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 2013 nomor 122.

Tindak lanjut dari Perpres tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki 4 Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Artinya IAIN

Padangsidimpuan dipercaya untuk melaksanakan arahan Kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu sosial dan humaniora.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari Jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari Jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN.

**Tabel 4.1**

**Daftar nama-nama dosen di Prodi Ekonomi Syariah**

No	Nama Dosen
1	Delima Sari Lubis, MA
2	Dr. Rukiah S.E, M.S
3	Rini Hayati, SP. MM
4	Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
5	Zulaika Matondang, M.Si
6	Nurul Izzah, S.E, M.Si
7	Arti Damisa, S.H.I, M.E.I
8	Utari Evy Cahyani, SP. MM
9	Windari, SE. MA
10	Azwar Hamid, MA
11	Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, SP. MM
12	Ali Hardana, M. Si
13	Sry Lestari S.H.I, M.E.I

Visi, Misi, dan Tujuan Prodi Ekonomi Syariah adalah sebagai berikut :

a. Visi

Menjadi Pusat Pengembangan Keilmuan dan Keahlian dalam Bidang Ekonomi Syariah Berbasis *Teoantropoekosentris* dan berkontribusi di tingkat Internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan program pendidikan yang unggul di bidang ilmu ekonomi syariah yang Berbasis *Teoantropoekosentris*.
- 2) Menyelenggarakan kegiatan penelitian yang kompetitif di bidang ilmu ekonomi syariah yang dapat diterapkan dalam dunia akademik dan masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat di bidang Ekonomi Syariah.
- 4) Membangun kerja sama dengan pemangku kepentingan di tingkat regional, nasional, dan internasional di bidang Ilmu Ekonomi.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana ekonomi dalam bidang ekonomi syariah yang menguasai ilmu-ilmu ekonomi syariah serta mampu mengaplikasikannya secara amanah, profesional, dan berjiwa kewirausahaan.

- 2) Menghasilkan karya-karya penelitian yang kompetitif bidang Ekonomi Syariah.
- 3) Menghasilkan program Pengabdian kepada Masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat di bidang ekonomi syariah.
- 4) Terbangunnya jejaring kerja sama dengan pemangku kepentingan yang berkelanjutan dan saling memberi manfaat.<sup>1</sup>

b. Sejarah Program Studi Perbankan Syariah

Berdasarkan keputusan Presiden No 11 Tahun 1997 tentang berdirinya Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidimpuan secara otonom, maka pada tahun 1998 Jurusan Syariah dibuka dan mendapat izin operasional tahun 2002. Setelah Jurusan Syariah beroperasi selama 7 tahun maka muncullah program studi baru yaitu Program Studi Perbankan Syariah. Program Studi Perbankan Syariah muncul di STAIN Padangsidimpuan pada tanggal 22 Oktober 2009 dengan SK izin Penyelenggaraan Nomor Dj.II/614/2009. Pada saat itu Program Studi Perbankan Syariah merupakan bagian dari Program Studi di lingkungan Jurusan Syariah.

Pada tahun 2013, berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No 52 Tahun 2013 tentang perubahan Sekolah Tinggi

---

<sup>1</sup><https://Febi.Iain-Padangsidimpuan.Ac.Id/Program-Studi-Ekonomi-Syariah/>. Diakses Pada Tanggal 11 Juni 2023, Pukul 12:44.

Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidempuan menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan dan bersamaan dengan itu didirikannya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang sesuai dengan peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No 93 Tahun 2013 tentang organisasi dan tata kerja IAIN Padangsidempuan. Hingga saat ini, FEBI mengampu enam Program Studi yaitu Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf, Manajemen Bisnis Syariah, Akuntansi Syariah dan Manajemen Keuangan Syariah.<sup>2</sup>

**Tabel 4.2**  
**Daftar nama-nama dosen di Prodi Perbankan Syariah**

No	Nama Dosen
1	Aswadi Lubis, SE, M.Si
2	Rosnaini Siregar M.Ag
3	Darwis Harahap S.HI., M.Si
4	Abdul Nasser Hasibuan SE, M.Si
5	Budi Gautama M.M
6	Muhammad Isa SE, M.M
7	Nofinawati, S.E.I, MA
8	Azwar Hamid S.HI, M.A
9	Aliman Syahuri Zein M.E.I
10	Ja'far Nasution M.E.I
11	Jumi Atika S.HI, M.E.I

<sup>2</sup><https://febi.iain-padangsidempuan.ac.id/program-studi-ekonomi-syariah/>.  
Pada Tanggal 11 Juni 2023, Pukul 12:44.

Visi dan Misi dan Tujuan Prodi Perbankan Syariah adalah sebagai berikut :

a. Visi

Terwujudnya Pusat Pengembangan Keilmuan dan Keahlian di Bidang Perbankan Syariah Berbasis *Teoantropoekosentris* dan Berkontribusi di Tingkat Internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan program pendidikan yang unggul di bidang ilmu perbankan syariah yang Berbasis *Teoantropoekosentris*.
- 2) Menyelenggarakan kegiatan penelitian yang kompetitif di bidang ilmu perbankan syariah yang dapat diterapkan dalam dunia akademik dan masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat di bidang perbankan syariah.
- 4) Membangun kerja sama dengan pemangku kepentingan di tingkat regional, nasional, dan internasional di bidang ilmu perbankan syariah.<sup>3</sup>

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah yang menguasai ilmu-ilmu perbankan syariah serta

---

<sup>3</sup><https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Perbankan-Syariah/>.DiaksesPada Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 12:50.

mampu mengaplikasikannya secara amanah, profesional, dan berjiwa kewirausahaan.

- 2) Menghasilkan karya-karya penelitian yang kompetitif bidang perbankan syariah.
- 3) Menghasilkan program Pengabdian kepada Masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat di bidang perbankan syariah.
- 4) Terbangunnya jejaring kerja sama dengan pemangku kepentingan yang berkelanjutan dan saling memberi manfaat.

c. Sejarah Prodi Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri pada tahun 2013. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bersamaan dengan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan Peraturan Presiden No 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013. Perpres ini diundangkan di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 122.

Tindak lanjut dari Perpres tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang

diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459.

Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki 4 Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Artinya IAIN Padangsidimpuan dipercaya untuk melaksanakan arahan Kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu sosial dan humaniora. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari Jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN.

Sejalan dengan alih status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan melalui Peraturan Presiden RI Nomor 52 Tahun 2013, ada 4 (empat) Fakultas di lingkungan IAIN Padangsidimpuan, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi



dan Bisnis Islam memiliki 2 (dua) jurusan, yaitu Jurusan Perbankan Syariah dan Jurusan Ekonomi Syariah.<sup>4</sup>

Visi Misi dan Prodi Manajemen Bisnis Syariah adalah sebagai berikut :

a. Visi

Menjadi Pusat Pengembangan Keilmuan dan Keahlian dalam Bidang Manajemen Bisnis Syariah Berbasis *Teoantropoekosentris* dan berkontribusi di tingkat Internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan program pendidikan yang unggul di bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah yang berbasis *Teoantropoekosentris*.
- 2) Menyelenggarakan kegiatan penelitian yang kompetitif di bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah yang dapat diterapkan dalam dunia akademik dan masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat di bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah untuk memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- 4) Membangun kerja sama dengan pemangku kepentingan di tingkat regional, nasional, dan internasional di bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup><https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Manajemen-Bisnis-Syariah/>.Diakses Pada Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 12:54.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana ekonomi dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah yang menguasai ilmu-ilmu Manajemen Bisnis serta mampu mengaplikasikannya secara amanah, profesional, dan berjiwa kewirausahaan.
- 2) Menghasilkan karya-karya penelitian yang kompetitif bidang manajemen Bisnis Syariah
- 3) Menghasilkan program Pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat di bidang Manajemen Bisnis Syariah
- 4) Terbangunnya jejaring kerja sama dengan pemangku kepentingan yang berkelanjutan dan saling memberi manfaat.

d. Sejarah Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri pada tahun 2013. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bersamaan dengan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan Peraturan Presiden No 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013. Perpres ini diundangkan di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri

---

<sup>5</sup><https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Manajemen-Bisnis-Syariah/#Profile>. Diakses Pada Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 12:57.

Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 122.

Tindak lanjut dari Perpres tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki 4 Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Artinya IAIN Padangsidimpuan dipercaya untuk melaksanakan arahan Kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu sosial dan humaniora.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari Jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN. Sejalan dengan alih status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan melalui Peraturan Presiden RI Nomor 52

Tahun 2013, ada 4 (empat) Fakultas di lingkungan IAIN Padangsidimpuan, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 2 (dua) jurusan, yaitu Jurusan Perbankan Syariah dan Jurusan Ekonomi Syariah.<sup>6</sup>

Visi Misi dan Tujuan Prodi Manajemen Keuangan Syariah adalah srebagai berikut :

a. Visi

Menjadi Pusat Pengembangan Keilmuan dan Keahlian dalam Bidang Manajemen Keuangan Syariah Berbasis *Teoantropoekosentris* dan berkontribusi di tingkat Internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan program pendidikan yang unggul di bidang ilmu Manajemen Keuangan Syariah yang berbasis *Teoantropoekosentris*.
- 2) Menyelenggarakan kegiatan penelitian yang kompetitif di bidang ilmu Manajemen Keuangan Syariah yang dapat diterapkan dalam dunia akademik dan masyarakat
- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat di bidang ilmu Manajemen Keuangan Syariah untuk memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat

---

<sup>6</sup><https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Manajemen-Kuangan-Syariah/>. Diakses Pada Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 12:59.

- 4) Membangun kerja sama dengan pemangku kepentingan di tingkat regional, nasional, dan internasional di bidang ilmu Manajemen Keuangan Syariah.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana ekonomi dalam bidang Manajemen Keuangan Syariah yang menguasai ilmu-ilmu Manajemen Keuangan Syariah serta mampu mengaplikasikannya secara amanah, profesional, dan berjiwa kewirausahaan.
- 2) Menghasilkan karya-karya penelitian yang kompetitif bidang Manajemen Keuangan Syariah
- 3) Menghasilkan program Pengabdian kepada Masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat di bidang Manajemen Keuangan Syariah
- 4) Terbangunnya jejaring kerja sama dengan pemangku kepentingan yang berkelanjutan dan saling memberi manfaat.

e. Sejarah Prodi Akuntansi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri pada tahun 2013. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bersamaan dengan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan Peraturan Presiden No 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditandatangani oleh Presiden Susilo

Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013. Perpres ini diundangkan di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 122.

Tindak lanjut dari Perpres tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidempuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidempuan memiliki 4 Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Artinya IAIN Padangsidempuan dipercaya untuk melaksanakan arahan Kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu sosial dan humaniora.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari Jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN. Sejalan dengan alih status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri

(STAIN) Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan melalui Peraturan Presiden RI Nomor 52 Tahun 2013, ada 4 (empat) Fakultas di lingkungan IAIN Padangsidimpuan, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 2 (dua) jurusan, yaitu Jurusan Perbankan Syariah dan Jurusan Ekonomi Syariah.<sup>7</sup>

Visi Misi dan Tujuan Prodi Akuntansi Syariah adalah sebagai berikut :

a. Visi

Menjadi Pusat Pengembangan Keilmuan dan Keahlian dalam Bidang Akuntansi Syariah Berbasis *Teoantropoekosentris* dan berkontribusi di tingkat Internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan program pendidikan yang unggul di bidang ilmu Akuntansi Syariah yang berbasis *Teoantropoekosentris*.
- 2) Menyelenggarakan kegiatan penelitian yang kompetitif di bidang ilmu Akuntansi Syariah yang dapat diterapkan dalam dunia akademik dan masyarakat

---

<sup>7</sup><https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Akuntansi-Syariah/>. Diakses Pada Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 13:03.

- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat di bidang ilmu Akuntansi Syariah untuk memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat
- 4) Membangun kerja sama dengan pemangku kepentingan di tingkat regional, nasional, dan internasional di bidang ilmu Akuntansi Syariah.<sup>8</sup>

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana ekonomi dalam bidang Akuntansi Syariah yang menguasai ilmu-ilmu Akuntansi Syariah serta mampu mengaplikasikannya secara amanah, profesional, dan berjiwa kewirausahaan.
- 2) Menghasilkan karya-karya penelitian yang kompetitif bidang Akuntansi Syariah
- 3) Menghasilkan program Pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat di bidang Akuntansi Syariah
- 4) Terbangunnya jejaring kerja sama dengan pemangku kepentingan yang berkelanjutan dan saling memberi manfaat.

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Perilaku Konsumtif *Online Shop* Dalam Perspektif Islam**

Perilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam mengonsumsi barang melalui *online shop* sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, mahasiswa membeli barang-barang

---

<sup>8</sup><https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Akuntansi-Syariah/>. Diakses Pada Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 12: 14.



berlebihan dengan memanfaatkan adanya potongan harga dan penawaran menarik yang muncul dari media sosial. Mahasiswa membeli pakaian, sepatu dan keperluan lainnya melalui *online shop* bukan karena sepenuhnya untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk mengikuti keinginan diri. Mahasiswa mengikuti perkembangan zaman memaksakan diri untuk menjaga status sosial sehingga mengonsumsi barang tanpa memikirkan keserakahan atau boros.

Adapun batasan kriteria mengonsumsi suatu barang dalam pandangan Islam yaitu yang dibelanjakan terkait dengan pemanfaatan barang tersebut sehingga tidak menimbulkan keserakahan. Dalam perspektif Islam perilaku Mahasiswa yang membelanjakan uangnya untuk membeli barang secara berlebihan itu tidak bagus. Islam membolehkan bahkan memerintahkan seorang muslim untuk berpenampilan menarik, berwibawa, dan anggun dengan menikmati perhiasan, pakaian, dan berbagai aksesoris yang Allah SWT ciptakan namun tidak dengan berlebihan melampaui batas.

Perilaku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Diketahui perilaku atau aktivitas yang ada pada individu itu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari stimulus yang diterima oleh individu yang bersangkutan baik stimulus eksternal maupun stimulus internal.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>Tim Penyusun Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 859.

Konsumsi didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Konsumsi dalam ekonomi Islam adalah memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga dapat memaksimalkan fungsi kemanusiaan sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kesejahteraan atau kebahagiaan dunia dan akhirat (*falah*). Sebagaimana manusia pada umumnya Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan juga termasuk sekelompok muslim yang melakukan aktivitas konsumsi setiap hari.

Perilaku konsumtif adalah suatu kegiatan mengonsumsi barang secara berlebih-lebihan secara tidak terencana mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan serta tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi sesuatu tanpa batas.

Hasil analisis wawancara dari 100 orang, terdapat 42 orang yang menjawab membeli barang karena adanya penawaran menarik, adapun salah satunya pendapat yang disampaikan oleh Helmi Tursina, Nahri Al Baradi, yang mengatakan bahwa :

Saya suka belanja *online* karena adanya promosi yang menjadi daya tarik saya untuk membeli produk tersebut. Saya tidak perlu repot keluar rumah untuk mencari-cari toko. Belanja secara *online* lebih murah dan menghemat waktu, serta lebih efektif banyak pilihan barang yang diinginkan.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Helmi Tursina, Nahri Al Baradi “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Kamis 8 Juni 2023.

Hasil wawancara dari 100 orang, ada 69 orang yang menjawab membeli barang karena adanya potongan harga, adapun pendapat yang disampaikan oleh Nikma Sari Harahap yang mengatakan bahwa :

Saya sering belanja *online* karena salah satu faktor seperti harganya lebih murah daripada membeli secara langsung ditoko, kemudian ada banyak potongan harga dalam pembelian barang dan terdapat *cashback* dalam berbelanja, hal tersebut dapat menguntungkan bagi konsumen. Saya dalam seminggu *checkout* barang bisa sampai 3 kali, dan pada promo 12.12 saya *checkout* 5-6 kali.<sup>11</sup>

Pendapat lain disampaikan oleh Riza Umami Nasution yang mengatakan :

Saya membeli barang melalui *online* membuat saya tidak perlu repot-repot datang ketoko secara langsung dan lebih hemat waktu. Kemudian belanja melalui *online* apa saja yang ingin saya butuhkan dan inginkan mudah dicari, tidak susah mencari kesana kemari. Saya melakukan belanja *online* pas ada promo besar-besaran seperti pada setiap bulan ataupun akhir tahun karena diwaktu tersebut ada banyak promo yang menarik dan barang-barang *tren* yang lagi viral serta harga yang begitu menarik untuk mempengaruhi saya sebagai pelanggan.<sup>12</sup>

Pendapat lain disampaikan oleh Widia Irmayani yang mengatakan : "Saya suka belanja melalui *online* karena lebih mudah dan praktis, barang yang saya cari dan butuhkan mudah didapat melalui toko *online*".<sup>13</sup>

Hasil wawancara dari 100 orang, ada 29 orang yang menjawab suka belanja *online* karena pengaruh model iklan. Adapun Sei Romaito

---

<sup>11</sup>Nikma Sari Harahap, "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara. Pukul 09.16. Selasa, 4 April 2023."

<sup>12</sup>Riza Umami Nasution, "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Rabu, 7 Juni 2023.

<sup>13</sup>Widia Irmayani, "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Selasa 6 Juni 2023.

mengatakan bahwa “Suka membeli barang secara *online* karena dengan *scroll handphone* bebas milih produk yang bagus ingin dibeli. Kemudian suka belanja *online* karena pengaruh dari keracunan iklan.”<sup>14</sup>

Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang mayoritas dari kalangan milenial memiliki kebiasaan mengonsumsi seperti remaja atau anak muda pada umumnya, hal ini peneliti berbicara tentang perilaku konsumen *online shop* dalam perspektif Islam. Maka peneliti melakukan wawancara dengan Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang bagaimana perilaku konsumtif pada konsumen *online shop*.

Beberapa hasil wawancara dengan Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dalam analisis perilaku konsumtif konsumen *online shop* berbeda-beda, alasan mereka belanja secara *online* karena adanya faktor. Hal tersebut dapat menimbulkan keuntungan bagi mereka yang merupakan salah satu konsumen *online shop* dan untuk memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan.

Namun dalam hal tersebut dapat menimbulkan perilaku konsumtif seorang Mahasiswa dalam belanja, mereka memanfaatkan promo serta *casback* sehingga sesuka hati membeli produk yang bukan karena mereka butuhkan melainkan hanya karena keinginan semata

---

<sup>14</sup>Seri Romaito, “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Senin 5 Juni 2023.

untuk memuaskan diri, untuk mengikuti *trend-trend* terbaru, hal tersebut kurang sesuai dengan perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam. Sebagian Mahasiswa mengonsumsi barang melalui *online shop* hanya karena adanya iming-iming serta hanya untuk memenuhi kepuasan sementara bukan karena memang membutuhkan barang tersebut.

Beberapa hal yang menunjukkan perilaku konsumtif pada Mahasiswa pengguna *online shop* dalam berbelanja antara lain sebagai berikut :

a. Belanja adanya penawaran menarik

Adanya penawaran menarik pada suatu produk membuat konsumen terpengaruhi untuk membeli suatu barang. Biasanya konsumen membeli barang bukan melihat dari manfaat barang tersebut, akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan. Hal tersebut seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dari 100 informan bahwa ada 49 orang yang menjawab suka membeli barang karena adanya penawaran menarik. Jadi dapat dipersentasekan menjadi 49% konsumen yang membeli barang karena adanya penawaran menarik.

b. Belanja karena adanya *discount* (potongan harga)

*Discount* adalah sistem potongan harga yang dilakukan dengan cara memotong beberapa persen dari harga asli, oleh sebab itu konsumen diuntungkan dengan adanya potongan harga. Wawancara yang dilakukan peneliti ada yang menyatakan bahwa

suka berbelanja ketika mendapatkan potongan harga memberikan banyak keuntungan, adanya gratis ongkos kirim sehingga dapat menambah item barang belanjaan. Hasil wawancara dari 100 orang informan ada 69 informan menjawab suka belanja *online* karena adanya potongan harga. Dian Nurfadilla menyatakan bahwa “Suka belanja secara *online* karena harganya lebih murah, ada potongan harga atau *discount*nya banyak kemudian gak harus jauh-jauh pergi ke pasar kalau mau beli sesuatu”<sup>15</sup>.

c. Belanja karena terpengaruhi iklan

Iklan merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh produsen untuk memikat para konsumen agar tertarik untuk membeli produk mereka dengan cara menjadikan orang-orang terkenal seperti selebriti maupun *influncer* untuk mempromosikan produk seperti pakaian, jilbab, tas, bahkan kosmetik. Perilaku mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang mudah terpengaruh oleh iklan tercermin pada perilaku Mahasiswa yang berbelanja dan memakai suatu barang karena mudah tertarik oleh produk yang diiklankan. Hasil wawancara dari 100 informan ada 29 orang yang menjawab suka membeli barang karena terpengaruhi iklan.

Melalui sosial media setiap ada iklan menarik yang muncul di sosial media, Mahasiswa mudah sekali tertarik dan langsung

---

<sup>15</sup>Dian Nurfadilla, “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Kamis 27 Juli 2023.

membelinya tanpa memikirkan apakah produk tersebut dibutuhkan atau tidak. Seperti tanggapan dari saudari Seri Romaito yang mengatakan bahwa “Suka membeli produk secara *online* karena dengan *scroll handphone* bebas milih produk yang bagus ingin dibeli. Kemudian suka belanja secara *online* karena pengaruh dari keracunan iklan.”<sup>16</sup>

Dimasa sekarang ini terpengaruhnya belanja secara *online* karena sebuah iklan yang muncul dimana-mana seperti dimedia sosial sudah banyak dan hal tersebut sudah biasa. Itu sebabnya iklan dapat mempengaruhi konsumen untuk memiliki sebuah produk yang diiklankan sama seperti dengan tanggapan saudari Seri Romaito.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada umumnya adalah sebagai berikut :

1) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah seseorang yang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang, kelompok referensi ini berasal dari teman sebaya, artis pujaan, selebgram, maupun lingkungan pergaulan. Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dalam melakukan pembelian cenderung selalu ingin mengikuti apapun yang

---

<sup>16</sup>Seri Romaito, “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Rabu 26 Juli 2023.

dikenakan oleh orang-orang yang mereka kagumi seperti *selebgram*, *tren* yang sedang populer di kalangannya, serta mudahnya terpengaruh oleh iklan yang menarik.

Kelompok referensi ini sangat mempengaruhi pola konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswi tersebut. Terdapat 27 orang yang tergolong kelompok referensi, Mahasiswa yang tergolong pada kelompok ini mengakui bahwa membeli barang karena adanya pengaruh dari model iklan. Kemudian Hapipah Indah mengatakan bahwa :

Saya suka *online shop* karena selalu memberikan berbagai macam promo mulai dari *voucher* potongan ongkos kirim, gratis ongkos kirim, serta *cashback* untuk hari-hari tertentu seperti tanggal dan bulan yang sama serta perayaan besar lainnya. Kemudian saya tertarik berbelanja secara *online* juga terpengaruh dengan penampilan *selebgram* yang memasarkan produk-produk terbaru.<sup>17</sup>

Pendapat lain disampaikan Umar Panjaitan “Saya suka berbelanja *online*, membeli barang-barang keperluan untuk menjaga status sosial sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin maju”.<sup>18</sup>

## 2) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang

---

<sup>17</sup>Hapipah Indah, “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Jum’at 28 Juli 2023.

<sup>18</sup>Umar Panjaitan, Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Kamis 27 Juli 2023.



berinteraksi dengan lingkungannya. Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan memiliki kecenderungan menggunakan barang-barang yang sedang populer, hal tersebut menjadi suatu kebiasaan berdasarkan minat dan pedapat mereka dalam mengekspresikan diri sehingga terbentuklah gaya hidup konsumtif.

Adapun Zakia Ananda Ritonga mengatakan bahwa “Membeli barang dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri dan kepuasan”<sup>19</sup>. Pendapat tersebut dapat disimpulkan memang benar namun kepuasan dari membeli barang dengan harga yang mahal dapat menimbulkan gaya hidup yang bertentangan dan adanya kecemburuan sosial.

### 3) Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan *relative* konsisten, kepribadian dapat merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisa perilaku konsumen. Kepribadian dan konsep diri bisa dipengaruhi oleh hobi, kecenderungan atau kebiasaan, keinginan pribadi dan sebagainya. Mahasiswi merupakan salah satu lapisan masyarakat yang mudah terpengaruh oleh dunia luar, antaranya adalah gaya hidup

---

<sup>19</sup>Zakia Ananda Ritonga, “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Rabu 9 Agustus 2023.

berlebihan dalam berbelanja sehingga mengakibatkan terbentuknya kepribadian yang konsumtif.<sup>20</sup>

Wawancara dengan Seri Romaito yang mengatakan bahwa :

Saya suka belanja *online* karena lebih mudah diakses untuk beli keperluan dan lebih mudah dicari hanya dengan *scroll* dan bisa bebas milih produk yg bagus dengan memilah milih. Kemudian harganya juga cenderung lebih murah daripada beli dipasar. Terutama kebutuhan yang susah dibeli dipasaran mudah dicari secara *online* dan lebih suka karena waktunya bisa kapan saja dan dimana saja. Dan yang paling penting itu bisa sambil ngumpulin uangnya dulu sebelum barangnya datang.<sup>21</sup>

Dari tanggapan Seri Romaito dapat disimpulkan bahwa ia suka belanja *online* karena menguntungkan bagi dirinya, kemudian ia dapat mengumpulkan uangnya terlebih dahulu sebelum barangnya datang. Jadi seperti itulah tanggapan kepribadiannya dalam berbelanja secara *online*.

Pendapat lain dari Muhammad Irfansyah “Belanja *online* memudahkan saya dan menguntungkan bagi saya karena tidak perlu keluar rumah mencari toko yang menjual barang saya inginkan”<sup>22</sup>.

Dan pendapat lain dari Chindy Zahra mengatakan bahwa :

Adanya *online shop* dapat mempermudah saya dalam mendapatkan barang-barang yang saya inginkan, karena di dalamnya sudah terdapat fitur “pencarian” sehingga produk apapun yang ingin saya cari cukup mengetiknya, maka produk

---

<sup>20</sup>Sri Hastutik, *Perilaku Organisasi*, hlm. 117.

<sup>21</sup>Seri Romaito, “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Rabu 26 Juli 2023.”

<sup>22</sup>Muhammad Irfansyah, Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Kamis 27 Juli 2023.

tersebut akan keluar. Dan alasan saya suka belanja *online* karena membuat saya mudah menemukan barang yang ingin saya beli tidak perlu mencari ketoko.<sup>23</sup>

## 2. Gaya Hidup Konsumen *Online Shop* Dalam Perspektif Islam

Berdasarkan kajian teori terdapat relevansi hasil temuan dengan teori yang relevan. Dalam hal ini Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan konsumen media *online shop* terutama *online shop* yang menjual barang-barang yang sering dicari oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Media *online shop* digunakan untuk mencari berbagai macam kebutuhan mulai dari pakaian, sepatu, kosmetik, perhiasan dan lain-lain.

Islam mewajibkan umatnya untuk menutup auratnya, untuk seorang muslimah Islam mengharamkan wanita mengenakan pakaian yang ketat dan transparan. Oleh sebab itu Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam menyesuaikan diri dengan lingkungan berpakaian yang menutup aurat dan sesuai aturan yang Islami. Namun gaya hidup Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam dalam berpakaian mengikuti *trend fasion* terbaru yang muncul dimedia sosial.

Dengan adanya media *online shop* dapat mempermudah bagi seseorang yang gemar berbelanja dan orang yang mempunyai perilaku hedonis untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak pernah puas dengan barang yang dimiliki selalu ingin beli secara terus menerus. Media *online*

---

<sup>23</sup>Chindy Zahra, "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Senin 5 Juni 2023.

*shop* banyak memunculkan kebutuhan yang modelnya terbaru dan bagus-bagus yang membuat seseorang ingin terus mengkonsumsinya demi sebuah keinginan dan memperoleh kepuasan tersendiri. Dalam penelitian ini adalah gaya hidup Mahasiswa pengguna *online shop* secara terus terusan berbelanja di *online shop* untuk mengubah penampilan di hadapan orang lain.

Untuk selalu update barang-barang yang paling baru tentu bukanlah hal yang sulit bagi Mahasiswa yang gemar untuk berbelanja melalui *online shop*. Dari hasil wawancara yang dilakukan Mahasiswa selalu aktif untuk melihat – melihat barang yang dijual di *online shop* dan tergoda untuk membeli barang tersebut. Dari hasil wawancara yang dilakukan sebagian besar dari informan gemar berbelanja di *online shop* karena cara membelanjanya yang mudah dan praktis. Seperti yang dikatakan Dian Nurfadila “Belanja online harganya lebih murah banyak diskonnya dan tidak harus jauh-jauh pergi ke pasar kalau mau beli sesuatu”.<sup>24</sup>

Seperti yang dikatakan Dian Nurfadila ia berbelanja di *online shop* terutama yang sering ia beli yaitu sepatu dan baju. Belanja di *online shop* bukan hanya cara belanjanya yang mudah dan praktis melainkan Dian Nurfadila belanja di *online shop* di karenakan barang-barang yang ada di *online shop* selalu *up to date* tidak seperti yang ada di toko secara langsung. Dian Nurfadila juga mengatakan “Membuat saya tertarik

---

<sup>24</sup>Dian Nurfadila, “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Kamis 27 Juli 2023.

melihat *online shop* karna ada yg dibutuhin tapi kadang juga karna endorsan yang dibuar artis-artis itu menarik”.

Kemudian Jeni Wahyuni mengatakan bahwa “sering tertarik belanja *online* karna ada promo potongan harga serta suka membeli barang terbaru akibat dari keracunan dari *selebgram*”.

Biasanya barang yang sering saya beli di *online shop* itu adalah barang keperluan kuliah seperti sepatu, pakaian-pakaian terbaru, jibab juga pernah beli di *online* walaupun tidak sering. Belanja melalui *online* itu mudah dan praktis, ketika saya santai dirumah atau lagi sibuk liburan juga bisa belanja karena cukup dengan membuka aplikasinya saja dan *scroll* di *handphone* kemudian langsung barang apa yang mau dibeli.<sup>25</sup>

Tanggapan lain dari Masyitah Siregar yang mengatakan bahwa :

Saya sering membeli barang sesuai perkembangan zaman melalui *online shop* untuk menjaga status sosial supaya tidak ketinggalan dengan *tren* atau model barang terbaru yang di iklankan. Saya juga belanja *online* minimal ada satu bulan satu barang yang saya beli, biasanya ketika ada promo misalnya promo 8.8 di *shoope*.<sup>26</sup>

Belanja *online* merupakan solusi yang bagus untuk anak kos khususnya Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang tidak punya kendaraan untuk pergi ke toko mencari barang yang diperlukan, jadi dengan adanya toko *online* memudahkan untuk akses belanja keperluan dengan mudah.

Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang didunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya.

Gaya hidup secara luas diartikan sebagai cara hidup yang didefinisikan

---

<sup>25</sup>Jeni Wahyuni, “Mahasiswi UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Senin 31 Juli 2023.

<sup>26</sup>Masyitah Siregar, “Mahasiswi UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Senin 31 Juli 2023.

oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, apa yang mereka anggap penting didalam lingkungannya, serta apa yang seseorang pikirkan tentang diri sendiri dan juga kehidupan sekitarnya. Gaya hidup sebagai pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang yang lain. Gaya hidup membantu memahami apa yang orang lakukan dan apa yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain dan gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari dunia modern.<sup>27</sup>

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Namun demikian gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen.<sup>28</sup>

Kesenangan-kesenangan duniawi itu hanya sebentar dan tidak kekal. Jadi kita sebagai pelaku konsumsi harus bisa mengendalikan diri kita agar tidak terjerumus dengan kesenangan duniawi yang menjadikan gaya hidup kita tidak sesuai dengan pandangan Islami. Kita seorang muslim dalam melakukan kegiatan ekonomi termasuk konsumsi harus sesuai dengan syariat Islam, tuntutan Rasulullah saw tidak memikirkan kesenangan semata. Namun dalam kenyataan membuat kita sangat prihatin akibat gaya hidup jahili itulah yang melingkupi sebagian besar umat Islam saat ini.

---

<sup>27</sup>Mertisa Fardesi, "Analisis Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Santri Ditinjau Dalam Perspektif Religiusitas (Studi Pada Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh," hlm. 45.

<sup>28</sup>Nugroho, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 80.

Kemudian dapat disimpulkan bahwa kehidupan Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahamd Addary Padangsidempuan termasuk kehidupan dalam segmentasi hedonis, yang mana Mahasiswa mengarah untuk mencari kenikmatan hidup. Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan membeli barang-barang hanya untuk kesenangan saja.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **1. Perilaku Konsumtif *Online Shop* Dalam Perspektif Islam**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menganalisis jawaban dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang belanja kebutuhan melalui *online*, bahwa Mahasiswa belanja *online* karena adanya sebuah faktor. Adapun faktor yang mempengaruhi Mahasiswa suka belanja *online* adalah karena adanya penawaran menarik, kemasan yang menarik, menjaga penampilan, potongan harga, menjaga status sosial, pengaruh model iklan. dan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Faktor-faktor tersebut yang mempengaruhi konsumen sehingga tertarik. Mahasiswa sebagai konsumen harus dapat mengendalikan diri dalam berbelanja walaupun ada hal yang mempengaruhi. Mahasiswa harus dapat mengatasi kebiasaan belanja *imflusif* atau belanja berdasarkan keinginan sesaat dan tanpa pikir panjang. Belanja *imflusif* dapat menimbulkan perasaan menyesal dan kesulitan keuangan.

Pada intinya belanja secara *imflusif* melibatkan pembelian barang yang tidak direncanakan untuk dibeli. Biasanya belanja secara *imflusif* terjadi akibat dari faktor dalam diri sendiri yang meliputi faktor suasana hati pada saat itu. Untuk menghindari pembelian secara *imflusif* Mahasiswa harus mengetahui barang tersebut memang dibutuhkan atau tidak, kemudian jangan berbelanja disaat sedang stress, dan saat membeli barang pastikan fungsi dari barang yang dibeli memang karena kebutuhan atau keinginan.

Menurut perspektif Islam perilaku konsumtif Mahasiswa dalam berbelanja *online* membuat Mahasiswa berbelanja secara berlebihan sehingga mengakibatkan sikap tabzir dan israf. Islam merupakan agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya hidupnya. Dalam memenuhi kebutuhan Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan dan kemewahan. Dalam memenuhi kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia bertindak sederhana. Secara umum, banyak mahasiswa yang mengeluarkan uang hanya untuk kepentingan penampilan saja, agar diterima dilingkungannya dan adanya perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih. Oleh karena itu tingkat pemikiran dan kebutuhannya mahasiswa meningkat karena adanya kebiasaan dan pola hidup mewah. Perilaku konsumtif juga disebabkan karena adanya kemudahan untuk berbelanja secara online sehingga sangat memudahkan mahasiswa untuk berbelanja kapan saja yang diinginkan.



Pandangan Islam bahwa perilaku konsumtif seseorang dalam mengonsumsi barang melalui *online* hanya sekedar keinginan bukan kebutuhan, adanya perkembangan zaman dan *trend* yang terus berkembang membuat Mahasiswa berlomba-lomba untuk mengonsumsi barang tersebut untuk menjaga penampilan diri dan gengsi yang tinggi. Seharusnya Mahasiswa sebagai pelaku ekonomi yang mengonsumsi barang harus sesuai dengan pandangan Islam dan membeli barang tidak secara berlebihan supaya tidak terjadinya pemborosan, sesuai dengan Q.S Al-Isra' ayat 27 :

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya pemborosan-pemborosan itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”<sup>29</sup>

Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia yaitu

“Sesungguhnya orang yang melakukan pemborosan dan membelanjakan hartanya dalam maksiat kepada Allah mereka itu menyerupai setan-setan dalam hal keburukan, kerusakan dan maksiat. Dan setan itu sangat banyak kufurnya dan keras pengingkarnya terhadap nikmat tuhannya.”<sup>30</sup>

Tafsir Al-Mukhtashar / Markaz Tafsir Riyadh, “Sesungguhnya

orang-orang yang menggunakan harta mereka dalam kemaksiatan, dan orang-orang yang menghambur-hamburkannya secara boros adalah

<sup>29</sup>Departemen Agama Republik Indonesia. Q.S Al-Isra' Ayat 27.

<sup>30</sup>Referensi : <https://Tafsirweb.Com/4631-Surat-Al-Isra-Ayat-27.Html>. Diakses Jum'at 24 Agustus 2023, Pukul 13:13 WIB.

saudara-saudara setan, mereka mentaati segala apa yang diperintahkan para setan tersebut berupa sikap boros dan menghambur-hamburkan harta, padahal setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya, ia tidak beramal kecuali dengan amalan maksiat, dan tidak pula memerintahkan kecuali dengan perintah yang mengundang kemurkaan Tuhannya”.<sup>31</sup>

Terjemahan ayat tersebut menjelaskan tentang pemborosan, oleh karena itu Mahasiswa jangan melakukan pemborosan sesungguhnya pemborosan itu adalah saudara syaitan dan termasuk perilaku yang ingkar terhadap Allah SWT. Ayat tersebut sudah jelas, maka Mahasiswa harus dapat mengendalikan diri dalam mengonsumsi barang supaya tidak menimbulkan keborosan yang dapat merugikan diri sendiri.

Sebagai pelaku ekonomi umat muslim harus dapat menyikapi perkembangan zaman yang semakin maju, adanya *online shop* memudahkan untuk mencari dan mengonsumsi barang dengan praktis dan mudah. Kemudian harus bisa mengontrol diri agar terhindar dari golongan orang-orang yang melampaui batas akibat dari kemudahan dari perkembangan zaman yang semakin canggih. Sebagai Mahasiswa harus dapat mengendalikan diri supaya dapat membuat prioritas pengeluaran sehingga dapat berpikir dua kali untuk tidak tergoda untuk melakukan konsumsi yang berlebihan.

---

<sup>31</sup>Referensi : <https://Tafsirweb.Com/4631-Surat-Al-Isra-Ayat-27.Html>. Diakses Jum'at 24 Agustus 2023, Pukul 13:13 WIB.

Secara teoritis akan sangat berbeda perilaku konsumsi seseorang dengan seseorang lainnya yang tidak memiliki dasar agama yang kuat dan pemahaman yang benar terhadap keyakinan agamanya. Pemahaman yang benar terhadap agamanya dan pengalaman yang secara terus menerus terhadap keyakinan agamanya yang akan membedakan seseorang dengan orang lain. Tanpa adanya pemahaman yang benar dan pengamalan atas keyakinan agamanya.

## **2. Gaya Hidup Konsumen *Online Shop* Dalam Perspektif Islam**

Gaya hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mencerminkan gaya hidup yang sudah modern. Gaya hidup yang mengikuti perkembangan *trend* dengan membeli barang-barang terbaru yang viral dimedia sosial. Mahasiswa menghabiskan uangnya untuk membeli barang-barang terbaru demi mengikuti gengsi akibat dari teman memiliki barang terbaru maka memaksakan diri untuk memiliki barang tersebut juga.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam cenderung memiliki gaya hidup yang moden, hal ini dilihat dari cara berpenampilan, berpakaian, menggunakan barang yang bermerek, membelanjakan kiriman orang tua, dan penggunaan *handphone*. Hal ini disebabkan adanya pengaruh oleh *trend* perkembangan zaman.

Gaya hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan bagaimana menggunakan waktu dan uang. Gaya hidup seseorang berbeda dengan kepribadiannya. Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan,

minat, dan opini dari seseorang. Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya. Intinya perubahan gaya hidup akan mengubah pola konsumsi seseorang.<sup>32</sup>

Gaya hidup seseorang tergantung dengan bentuk *cultural*, masing-masing merupakan gaya, tata krama, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik suatu kelompok tetap bukan keseluruhan pengalaman individu. Gaya hidup dijadikan sebagai ciri bahwa masyarakat telah memasuki dunia modern, masyarakat akan menggunakan gagasan gaya hidup untuk menjelaskan atau menggambarkan tindakannya maupun tindakan orang lain.<sup>33</sup>

Adapun pendapat dari Syafira, Devi mengatakan bahwa “Gaya hidup seseorang tergantung dengan teman dekat dan lingkungan sekitar”<sup>34</sup>.

Pendapat lain disampaikan dengan Widia, Indah, Melati, Sakiah, dan Lisna “Bahwa gaya hidup dan tingkah laku seseorang dipengaruhi oleh teman sendiri dan media sosial, namun bisa dihindari jika pandai mengendalikan diri”<sup>35</sup>.

---

<sup>32</sup>Ujang Suarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 45.

<sup>33</sup>Wayan Weda Asmara Dewi, *Teori Perilaku Konsumen*, (Malang: UB Press, 2022), hlm. 89-90.

<sup>34</sup>Syafira, Devi “Mahasiswi UIN Syahada Padangsidimpuan. Wawancara, Kamis 10 Agustus 2023.

<sup>35</sup>Widia, Indah, Melati, Sakiah dan Lisna “Mahasiswi UIN Syahada Padangsidimpuan. Wawancara, Kamis 10 Agustus 2023.

Gaya hidup mencerminkan dari perilaku konsumen. Prinsip gaya hidup dalam perspektif Islam terdiri dari berkegiatan sederhana, membelanjakan harta dengan baik serta memanfaatkan waktu secara hemat dan bersahaja. Perilaku konsumen dan gaya hidup perspektif syariah akan mengantarkan pelaku konsumen menuju kesejahteraan dan kebahagiaan tidak hanya hidup di dunia tetapi juga akhirat. Gaya hidup yang dilakukan mencerminkan seseorang tersebut dengan lingkungan sekitarnya sehingga dapat menentukan posisi kelas sosial dalam masyarakat. Perilaku konsumen dan gaya hidup yang sesuai dengan Islam akan membawa keberkahan dan kemanfaatan sehingga dapat menghindarkan dari hal-hal yang menyimpang dan tidak diinginkan.

Gaya hidup dapat diartikan juga sebagai sebuah karakteristik seseorang secara kasatmata yang menandai sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu. Gaya hidup juga merupakan kombinasi dan totalitas cara, kebiasaan, pilihan, yang memiliki kekhususan dalam sebuah kehidupan suatu masyarakat tertentu terhadap pembentukan hidupnya. Gaya hidup itu sendiri merupakan suatu karakteristik atau kebiasaan seseorang dalam menentukan pilihan konsumsi demi kelangsungan hidupnya. Gaya hidup konsumen muslim adalah pola hidup seseorang dilihat dari bagaimana mengalokasikan pendapatannya, dan memilih produk atau jasa berdasarkan ajaran Islam. Hal ini lah yang menyebabkan gaya hidup membawa implikasi pada perubahan perilakunya.

Setiap muslim sudah menjadi keharusan baginya untuk memilih gaya hidup yang Islami dalam menjalani hidup dan kehidupan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT Q. S Yusuf Ayat 108 :

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Katakanlah: "Inilah jalan (agama)ku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujjah yang nyata, Maha Suci Allah, dan aku tiada termasuk orang-orang yang musyrik".<sup>36</sup>

Ayat tersebut jelaslah bahwa bergaya hidup yang Islami hukumnya wajib atas setiap Muslim, dan gaya hidup jahiliyah haram baginya. Hanya saja dalam kenyataan justru membuat kita sangat prihatin dan menyesal sebab gaya hidup jahiliyah diharamkan itulah yang melingkupi sebagian besar gaya hidup umat Islam. Fenomena ini persis seperti sabda Rasulullah yang artinya *"Sesungguhnya kamu mengikuti jejak orang-orang yang sebelum kamu sejengkal demi sejengkal sehasta demi sehasta, bahkan kalau mereka masuk lubang biawak, niscaya kamu mengikutinya."* Kami bertanya Ya Rasullulah orang yahudi atau nasrani? Jawab Nabi, Siapa lagi?"

Hadis tersebut menggambarkan suatu zaman di mana sebagian besar umat Islam telah kehilangan kepribadian Islamnya karena jiwa mereka telah terisi oleh jenis kepribadian yang lain. Mereka kehilangan gaya hidup yang hakiki karena telah mengadopsi gaya hidup jenis lain. Kiranya tak ada kehilangan yang patut ditangisi selain dari kehilangan

---

<sup>36</sup>Referensi : <https://tafsirweb.com/3846-surat-yusuf-ayat-108.html>

kepribadian dan gaya hidup Islami. Sebab apalah artinya mengaku sebagai orang Islam kalau gaya hidup tak lagi islami malah seperti orang kafir. Inilah bencana kepribadian yang paling besar.

Dalam Islam menikmati hidup tidak hanya untuk kehidupan dunia namun akhirat juga. Hal ini membuktikan bahwa ada dua hal yang pada umumnya dicari oleh manusia dalam hidup, pertama kebaikan (*al-khair*), dan yang kedua adalah kebahagiaan (*as-sa'adah*). Sehingga gaya hidup muslim merupakan suatu karakteristik seseorang, kebiasaan, cara dan pilihan dalam kegiatan sehari-hari individual untuk mencapai kelangsungan hidupnya dalam konsumsi berdasarkan ajaran Islam. Hal inilah yang menyebabkan Departemen *Marketing* sebuah produk selalu melakukan pengamatan terhadap gaya hidup seseorang yang akan menjadi target pasar untuk mencapai penjualan yang maksimal.

Berdasarkan beberapa faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, dan persepsi. Dari kelima faktor tersebut tentu dapat mengubah perilaku dan gaya hidup seseorang. Maka dalam konsep pandangan Islam gaya hidup itu harus secara Islami yang memang sudah jelas mempunyai landasan bukan sembarangan seperti gaya hidup jahili yang bersifat relatif, rapuh dan merupakan gaya hidup orang kafir.

Dinyatakan oleh Zakia Ananda Ritonga dan 5 informan lainnya bahwasanya "Membeli barang dengan harga yang mahal akan

menimbulkan percaya diri yang tinggi”. Dalam pernyataan itu dapat menimbulkan pertentangan dalam penampilan menurut kehidupan yang Islami. Islam mengajarkan kita untuk tampil sederhana yang membuat kita merasa cukup dan bisa membuat kita percaya diri, bukan berarti membeli barang yang mahal baru bisa membuat diri kita bisa percaya diri.<sup>37</sup>

Pada kalangan mahasiswa khususnya akan selalu *up to date* dengan perkembangan yang ada untuk menunjang pergaulan mereka dengan teman sebaya-nya, baik berbusana, model hijab, sepatu, tas dll. Perkembangan yang demikian memang menguntungkan bagi pihak pemasar, namun apabila konsumen tidak dapat memilah dengan baik maka akan bertolak belakang dengan apa yang diperintahkan dalam Islam. Terkhusus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah terdidik dan diarahkan untuk memahami, dan mengamalkan Ilmu Ekonomi Islam terutama dalam berperilaku sebagai konsumen yang bijak sesuai dengan ajaran Islam.

Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang, dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Apabila gaya hidupnya baik maka akan mempengaruhi perilakunya untuk diapresiasi pada hal yang baik pula. Mahasiswa adalah komunitas kritis yang bila ditinjau dari kemampuan mereka untuk mencerna informasi dan pemahaman yang mereka peroleh, misalnya kebutuhan

---

<sup>37</sup>Zakia Ananda Ritonga, “Wawancara Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Kamis 27 Juni 2023, Pukul 11.45 WIB.



akan pakaian tentu saja utama, namun *fashionable* yang diartikan mengikuti *trend mode* bukanlah kebutuhan yang utama.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam juga mengkaji ilmu pengetahuan Islam berkaitan dengan perilaku konsumen muslim, dan seharusnya dapat dilihat dari keseharian mereka dalam berperilaku sehingga dapat menjadi perwakilan atau contoh dari komunitas muslim.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna itu sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan bahan materi dari penelitian ini, seperti kurangnya buku-buku yang menjelaskan lebih detail tentang variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini.
2. Ketika mewawancarai tidak mengetahui apakah responden menjawab dengan jujur dalam setiap pertanyaan yang diberikan yang dapat mempengaruhi kesimpulan yang diperoleh.
3. Perilaku konsumtif dan gaya hidup yang dibahas dalam penelitian ini merupakan kenyataan yang terlibat pada bentuk pertanyaan dan sikap secara alamiah dari mahasiswa bukan hanya kemauan atau keinginan

semata. Oleh karena itu untuk mengukur perilaku konsumtif dan gaya hidup konsumen *online shop* dalam perspektif Islam.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi hasil penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil penelitian dari pembahasan di atas mengenai “Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Konsumen *Online Shop* dalam Perspektif Islam pada Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan” adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hanya cenderung tergolong ketiga ciri perilaku konsumtif yaitu membeli barang karena adanya potongan harga, pengaruh adanya iklan, dan adanya penawaran menarik. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam berbelanja menjadi konsumtif disebabkan oleh adanya iklan yang muncul dimedia sosial kemudian memiliki hasrat ingin memiliki barang tersebut.
2. Gaya hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berubah disebabkan oleh perkembangan zaman yang semakin modern dan mempengaruhi gaya hidup Mahasiswa. Adapun gaya hidup sesuai dengan pandangan Islam adalah sederhana.

## **B. Saran**

Peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang berperilaku konsumtif agar menghindari hal tersebut karena segala sesuatu yang berlebihan itu tidak baik dan Islam tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.
2. Bagi penelitian selanjutnya agar menambah referensi dan memperluas ruang lingkup penelitian sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdussamad, Zuchri. Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan Pertama. Makassar: Syakir Media Press, 2021.
- Al Arif, M. Nur Rianto. Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Al-Arif, Nur Rianto. Teori Mkro Ekonomi. Jakarta: Kencana, 2017.
- Al-Qaradhawi, Yusuf. Norma Dan Etika Ekonomi Islam. Jakarta: Gema Insani, 2021.
- Damiati, Luh Masdarini dan Made Suriani. Perilaku Konsumen. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Departemen Agama Republik Indonesia. Q.S Al-An'am' Ayat 32.
- Departemen Agama Republik Indonesia. Q.S Al-Isra' Ayat. 26.
- Departemen Agama Republik Indonesia. Q.S Al-Isra' Ayat 27.
- Departemen Agama Republik Indonesia. Q.S Al-Maidah' Ayat 87.
- Departemen Pendidikan. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka, 2022.
- Dewi, Wayan Weda Asmara. Teori Perilaku Konsumen. Malang: UB Press, 2022.
- Haryoko, Spto, dkk. Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik Dan Prosedur Analisis), Cetakan Pertama. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar, 2020.
- Hastutik, Sri. Perilaku Organisasi. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- Ibrahim. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Kusumastuti, Adhi dan Ahmad Mustamil Khoiron. Metode Penelitian Kualitatif. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. Perilaku Konsumen. Edisi Kelima. Jilid 1. Terj. Lina Salim. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Murdianto, Eko. Metode Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal), Edisi Pertama. Yogyakarta: Yogyakarta Press, 2020.

- Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Pahleviannur, Muhammad, dkk.,. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cetakan Pertama*. Semarang: Pradina Pustaka, 2022.
- Pujiyono, Arif. *Teori Konsumsi Islami*. Jakarta: UPI PRESS, 2021.
- Ramdhan, Muhammad. *Metode Penelitian*. Surabaya: Media Nusantara, 2021.
- Reza, Heru Kreshna. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- Rohman, Fatchur. *Peran Faktor Situasional Dan Perilaku Pembelian Imflusif*. Malang: UB Press, 2013.
- Saifuddin, Ahmad. "Psikologi Siber." Jakarta: Kencana, 2023.
- Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi, 2013.
- Sarosa, Samiaji. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ikatan Penerbit Indonesia, 2021.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Sidik, Umar dan Moh Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bandung Pendidikan, Cetakan Pertama*. Bandung: CV Nata Karya, 2019.
- Sinulingga, Nora Annisa Br dan Hengki Tamando Sihotang. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: IOCS Publisher, 2023.
- Stone, Mike Feather. *Posmodernisme Dan Budaya Konsumen, Terjemahan*. M.Z. Elisabeth. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Suarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen* . Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Tim Penyusun Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2015.
- Umriati. *Analisis Data Kualitatif*. Makassar: Sekolah Tinggi Teologi Jaffray, 2020.
- Wardana, Laila Meiliyandrie Indah. *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Jakarta: NEM, 2021.
- Watung, Sjeddie R.. *Literasi Ekonomi*. Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media, 2022.
- . *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media, 2021.

Widjaja, Bernard T. *Lifestyle Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2021.

Zaidan, Afdiarsa, Dina Ardiah Wahyu Pangestu, dan Ferrea Dzihniaqila. *Bentuk Pemasaran Kewirausahaan Sosial*. Malang: PT. Cita Intrans Selaras, 2022.

### **Jurnal**

Bahri, Andi S. "Etika Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Dalam Hunafa." *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2 Tahun 2014.

Fatmawati, Noor. "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop." *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, Vol. 29, No. 1 Tahun 2020.

Nurhaini, Dwi. "Pengaruh Konsep Diri Dan Kontrol Diri Dengan Prilaku Konsumtif Terhadap Gatget, Psikoborneo." *Jurnal Ilmiah Psikologi*, Vol. 6, No. 1.

Oktavikasari, Eva. "Konformitas Hedonis Dan Literatis Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif." *Economic Education Analysis Journal*, Vol. 6, No. 3 Tahun 2017.

Pratiwi, Nuning Indah. "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknomogi Informasi." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol. 1, No. 2 Tahun 2017.

Ramdhani, Riki Febri. "Menafsirkan Ayat Ekonomi Dalam Al-Qur'an Dari Teks Hingga Konteks." *Journal Al-Rasyad*, Vol. 1, No. 2 Tahun 2022.

Syahrial. "Pandangan Islam Tentang Kosumsi Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits Ekonomi Tentang Kosumsi." *Jurnal An-Nahl*, Vol. 9, No. 5 Tahun 2017.

Thamrin, Hasnidar & Adnan Achiruddin saleh. "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Media Komunikasi Dan Dakwah*, Vol. 11, No. 1 Tahun 2021.

### **Skripsi**

A'yun, Ariza Qurrota. "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Online Shop." *Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, 2019.

Fardesi, Mertisa. "Analisis Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Santri Ditinjau Dalam Perspektif Religiusitas (Studi Pada Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh)." *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*, 2020.

- Khoiriyah, Riza Rosyida. "Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponogoro Dalam Membeli Produk Online Shop (Perilaku Konsumsi Islami)." *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponogoro*, 2021.
- Man, Desi Budi Yanti. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Syar'i, Diakses Kamis, 24 Agustus 2023, Pukul 13:58 WIB." *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2018.
- Mujahidah, A. Nooriah. Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makassar. *Skripsi Universitas Negeri Makassar*, 2020, Diakses Kamis, 24 Agustus 2023, Pukul 13 : 01 WIB.
- Nurfadila. "Gaya Hidup Shopaholic Mahasiswa Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar)." *Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 2020.
- Nurpadila. "Gaya Hidup Shopaholic Mahasiswa Dalam Perspektif Islam." *Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 2020.
- Oktavia, Rani. "Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam." *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro*, 2018.
- Purnama, Muhammad Pedy. "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi." *Skripsi Universitas Negeri Raden Intan Lampung*, 2019.
- Sakina, Putri. "Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2017 Ditinjau Menurut Ekonomi Islam." *Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 2022.
- Wardani, Rahayu Mei. "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Ponorogo)." *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponogoro*, 2021.
- Yusnir, Viana. "Analisis Perilaku Konsumsi Remaja Padang Magek Ditinjau Secara Perspektif Ekonomi Islam." *Skripsi Intitut Agama Islam Negeri Batusangkar*, 2021.
- Yunus, Nurul Yusna. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Meybeline Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Manado, *Skripsi Insitut Agama Islam Negeri Manado*, 2021, Diakses Kamis 24 Agustus 2023, Pukul 15:09 WIB.,

### **Wawancara dan Sumber Lainnya**

- Harahap, Nikma Sari. "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpuan. Wawancara. Pukul 09.16. Selasa, 4 April 2023.



<https://Febi.Iain-Padangsidempuan.Ac.Id/Program-Studi-Ekonomi-Syariah/>.  
Diakses Pada Tanggal 11 Juni 2023, Pukul 12:44.

<https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Akuntansi-Syariah/>.Diakses Pada  
Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 12: 14.

<https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Akuntansi-Syariah/>. Diakses Pada  
Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 13:03.

<https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Manajemen-Bisnis-Syariah/> .  
Diakses Pada Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 12:54.

<https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Manajemen-Bisnis-Syariah/#profile>. Diakses Pada Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 12:57.

<https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Manajemen-Keuangan-Syariah/>.  
Diakses Pada Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 12:59.

<https://Febi.Uinsyahada.Ac.Id/Program-Studi-Perbankan-Syariah/>. Diakses Pada  
Tanggal 12 Agustus 2023, Pukul 12:50.

<https://www.kompasiana.com/amp/lanainunnisa/58496b97149373f2100be561/perilaku-konsumtif-mahasiswa>, Diakses Rabu, Pukul 11 : 12 WIB.

Indah, Hapipah. “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Jum’at 28 Juli 2023.

Irfansyah, Muhammad, "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Kamis 27 Juli 2023.

Nasution, Riza Umami. “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Rabu, 7 Juni 2023.

Nurfadila, Dian. “Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Kamis 27 Juli 2023.

Panjaitan, Umar Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Kamis 27 Juli 2023.

Referensi : <https://Tafsirweb.Com/1971-Surat-al-Maidah-Ayat-87.Html>. Diakses Jum’at 25 Agustus 2023, Pukul 12:54 WIB.

Referensi : <https://Tafsirweb.Com/1971-Surat-al-Maidah-Ayat-87.Hteml>. Diakses Jum’at 25 Agustus 2023, Pukul 12:56 WIB.

Referensi : <https://Tafsirweb.Com/1971-Surat-al-Maidah-Ayat-87.Html>. Diakses Jum’at Agustus 2023, Pukul 12:59 WIB.

- Referensi : <https://Tafsirweb.Com/2156-Surat-al-Anam-Ayat-32.Html>. Diakses  
Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 13:16 WIB.
- Referensi : <https://Tafsirweb.Com/2156-Surat-al-Anam-Ayat-32.Html>. Diakses  
Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 13:24 WIB.
- Referensi : <https://Tafsirweb.Com/4630-Surat-al-Isra-Ayat-26.Html>. Diakses  
Jum'at 25 Agustus 2023, Pukul 13:07 WIB.
- Referensi : <https://Tafsirweb.Com/4631-Surat-al-Isra-Ayat-27.Html>. Diakses  
Jum'at 24 Agustus 2023, Pukul 13:13 WIB.
- Referensi : <https://Tafsirweb.Com/4631-Surat-al-Isra-Ayat-27.Html>. Diakses  
Jum'at 24 Agustus 2023, Pukul 13:13 WIB.
- Ritonga, Zakia Ananda. "Wawancara Mahasiswa FEBI UIN Syekh Ali Hasan  
Ahmad Addary Padangsidempuan, Kamis 27 Juni 2023, Pukul 11.45 WIB.
- Romaito, Seri. "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Rabu  
26 Juli 2023.
- Widia Irmayani. "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara,  
Selasa, 6 Juni 2023.
- Siregar, Masyitah. "Mahasiswi UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara,  
Senin 31 Juli 2023.
- Simamora, Musdalifah. "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan.  
Wawancara. Pukul 10.34. Jum'at, 7 April 2023.
- Tursina, Helmi. Nahri Al Baradi "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan.  
Wawancara, Kamis 8 Juni 2023.
- Wahyuni, Jeni. "Mahasiswi UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Senin  
31 Juli 2023.
- Zahra Chindy. "Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan. Wawancara, Senin 5  
Juni 2023.

## **CURRICULUM VITAE**

### **(Data Riwayat Hidup)**

#### **DATA DIRI**

Nama : Rika Irpiani  
Nim : 19 402 00096  
Tempat/Tanggal Lahir : Air Teluk Kiri  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Anak ke : 2 dari 4 bersaudara  
Alamat : Air Teluk Kiri  
Agama : Islam

#### **DATA ORANG TUA/WALI**

Nama Ayah : Fredi Agus Sukarmin  
Pekerjaan : Karyawan  
Nama Ibu : Suarni  
Pekerjaan : -

#### **LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 2018-2013 : SDN. 010034 Perkebunan Teluk Dalam  
Tahun 2014-2016 : Mts. Al-Washliyah Air Teluk Kiri  
Tahun 2017-2019 : Mas Bustaanul Uluum  
Tahun 2019-2023 : Program Sarjana (Stara-1) Ekonomi Syariah UIN  
SYAHADA Padangsidempuan

## LAMPIRAN 1

### PEDOMAN WAWANCARA

#### A. Identitas Peneliti

Nama : Rika Irpiani

Alamat : Air Teluk Kiri

Agama : Islam

Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Konsumen *Online Shop* dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan)

Lokasi : Jl. T. Rizal Nurdin No. Km 4. RW 5. Sihitang

Tujuan : Sebagai persyaratan menyelesaikan tugas akhir Skripsi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

#### B. Daftar Wawancara Dengan Mahasiswa FEBI Mengenai Perilaku Konsumtif

1. Apakah saudara/i pernah berbelanja secara *online*?
2. Apakah saudara/i suka belanja *online*?
3. Barang apa yang biasa saudara/i beli pada *online shop*?
4. Kapan biasanya saudara/i berbelanja *online*?
5. Apa yang membuat saudara/i tertarik berbelanja *online*?
6. Apakah keuntungan bagi saudara/i berbelanja secara *online*?

7. Seberapa sering saudara/i berbelanja secara *online*?
8. Apa faktor yang mempengaruhi saudara/i berbelanja secara *online*?
9. Apa tolak ukur saudara/i dalam berbelanja *online*?
10. Apa yang menyebabkan saudara/i berbelanja secara *online*?
11. Apa dampak belanja *online* terhadap mahasiswa?
12. Apakah belanja *online* sesuai dengan syariat Islam?

**C. Daftar Wawancara Dengan Mahasiswa FEBI Mengenai Gaya Hidup**

1. Menurut saudara/i seperti apa gaya hidup masyarakat sekarang ini?
2. Menurut saudara/i faktor apa yang dapat memengaruhi gaya hidup seseorang?
3. Menurut saudara/i apakah membeli barang sesuai dengan *tren* perkembangan zaman akan menimbulkan tingkat kepercayaan diri seseorang?
4. Apa faktor yang mendasari saudara/i berbelanja *online* sebagai *tren* sesuai perkembangan zaman?
5. Apa yang membuat saudara/i tertarik suka melihat-lihat *online shop* sehingga tertarik untuk membeli barang-barang yang sedang *up to date*?
6. Bagaimana gaya hidup sesuai dengan pandangan Islam?
7. Bagaimana gaya hidup *online shop* dalam pandangan Islam?
8. Apa yang mempengaruhi gaya hidup seseorang bertentangan dengan pandangan Islam?
9. Bagaimana gaya hidup yang baik menurut ajaran Islam?

## DOKUMENTASI



Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN SYAHADA Padangsidimpuan



**Wawancara dengan Helmi Tursina (Mahasiswa FEBI UIN  
SYAHADA Padangsidimpuan)**



**Wawancara dengan Riza Umami Nasution  
(Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan)**



Wawancara dengan Seri Romaito (Mahasiswa FEBI UIN  
SYAHADA Padangsidimpuan)



Wawancara dengan Dian Nur Fadilla (Mahasiswa FEBI UIN  
SYAHADA Padangsidimpuan)





Wawancara dengan Masyitah Siregar  
(Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan)



Wawancara dengan Jeni Wahyuni  
(Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1676/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/06/2022  
Lampiran : -  
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

10 Juni 2022

Yth. Bapak/Ibu;


1. Hamni Fadlilah Nasution : Pembimbing I
2. M. Yarham : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Rika Irpiani  
NIM : 1940200096  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Konsumen Online Shop dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan).

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022  
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 3810 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/06/2023

20 Juni 2023

Lampiran : -  
Hal : Izin Penelitian

Yth. Sdr. Rika Irpiani

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, menyahuti surat permohonan izin penelitian Saudari tanggal 19 Juni 2023 dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan memberikan izin penelitian kepada:

Nama : Rika Irpiani  
NIM : 1940200096  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

dalam menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Perilaku Konsuntif dan Gaya Hidup Konsumen Online Shop dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan)".

Demikian surat ini disampaikan, untuk dapat dipergunakan semestinya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan  
REPLA...  
Nasser Hasibuan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022  
Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 4663 Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/08/2023  
Sifat : Biasa  
Lamp : 1 berkas  
Hal : Surat Keterangan Selesai Riset

31 Agustus 2023

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Abdul Nasser Hasibuan  
NIP : 19790525 200604 1 004  
Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

Menerangkan bahwa;

Nama : Rika Irpiani  
NIM : 1940200096  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan riset di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada tanggal 2 Juni 2023 s.d 15 Agustus 2023 dengan judul "Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Konsumen *Online Shop* dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan)".

Demikian disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan



Di: Abdul Nasser Hasibuan, M.Si  
NIP. 19790525200604 1 004