

**DETERMINAN PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FEBI UIN SYAHADA
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**DIAN NUR FADILA
NIM. 19 402 00108**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD AD-DARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**DETERMINAN PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FEBI UIN SYAHADA
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**DIAN NUR FADILA
NIM. 19 402 00108**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD AD-DARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**DETERMINAN PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FEBI UIN SYAHADA
PADANGSDIIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah*

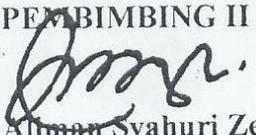
Oleh:

**DIAN NUR FADILA
NIM. 19 402 00108**

PEMBIMBING I


Nofinawati, M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003
Acc
18/01-2024

PEMBIMBING II


Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD AD-DARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

Hal : Skripsi
a.n. **Dian Nur Fadila**

Padangsidempuan, Januari 2024
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SYAHADA Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Dian Nur Fadila** yang berjudul "**Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

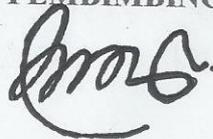
Wassalamu'alaikum Wr.Wb

PEMBIMBING I



Nofinawati, M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II



Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Dian Nur Fadila
NIM : 19 402 00108
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan**

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 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan 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 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 15 Januari 2024
Saya yang Menyatakan



Dian Nur Fadila
NIM. 19 402 00108

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 : Dian Nur Fadila

NIM : 19 402 00108

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Dengan mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclisive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan**. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada Tanggal : Januari 2024

Yang menyatakan,



Dian Nur Fadila
NIM. 19 402 0018



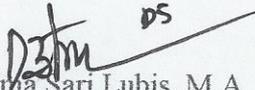
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Dian Nur Fadila
NIM : 19 402 00108
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN
Syahada Padangsidempuan

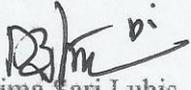
Ketua


Delima Sari Lubis, M.A
NIDN.2012058401

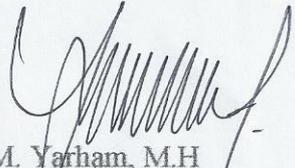
Sekretaris


Rini Hayati Lubis, M.P
NIDN. 2013048702

Anggota


Delima Sari Lubis, M.A
NIDN.2012058401


Rini Hayati Lubis, M.P
NIDN. 2013048702


M. Yarham, M.H
NIDN. 2009109202


Aliman Syahuri Zein, M.E.I
NIDN. 2028048201

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Senin / 22 Januari 2024
Pukul : 14.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 75,5 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,72
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, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
FEBI UIN SYAHADA PADANGSIDIMPUAN**

NAMA : DIAN NUR FADILA

NIM : 19 402 00108

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

Padangsidempuan, 31 Januari 2024



Prof. Dr. H. Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19730818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama :Dian Nur Fadila

NIM :19 402 00108

Judul Skripsi :Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan

Ekonomi merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan, yang seharusnya kampus merupakan tempat mahasiswa menimbah ilmu pengetahuan, bertukar pikiran, bersosialisasi sesama mahasiswa, dan lain sebagainya. Namun yang terlihat, kampus dijadikan ajang pameran penampilan *lifestyle* mereka. Sebagian mahasiswa lain yang berada dalam tingkat ekonomi menengah juga mengikuti gaya hidup yang konsumtif akibat tuntutan pergaulan. Sehingga sebagian mahasiswa kini hanya mementingkan penampilan, gengsi dan mengikuti lingkungan sekitar. Terkait dengan gaya hidup mahasiswa sebagai pelaku ekonomi hal yang tepat adalah mengutamakan kebutuhan yang prioritas bukan pada eksistensi di lingkungan perkuliahan. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti kepada mahasiswa lebih dari 50% mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif dalam 3 bulan terakhir yang dipengaruhi oleh faktor citra merek, pengaruh teman sebaya, literasi keuangan dan keinginan yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Termasuk di dalamnya mengatur tata cara perilaku konsumtif pada mahasiswa, gaya hidup mahasiswa dalam mengatur keuangan saat ini semakin tidak terkendali. Mahasiswa tidak merencanakan pengeluaran dan pendapatan keuangannya, berkat teknologi, mahasiswa tidak lagi harus keluar rumah untuk membeli produk yang diinginkan cukup membuka *smartphone* dan muncul produk yang diinginkan, Chen dan Volpe berpendapat bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka. Mahasiswa yang memiliki kemampuan rendah dalam literasi keuangan akan membuat keputusan yang salah dalam berkonsumsi, karena dalam berkonsumsi mereka tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan. Hal ini yang membuat peneliti tertarik melakukan penelitian ini, adapun teori yang dipakai dalam penelitian ini termasuk diantaranya yaitu perilaku konsumtif, teman sebaya, citra merek dan literasi keuangan, dan menjadikannya sebagai variabel dalam penelitian ini. Adapun lokasi penelitian ini berada di FEBI UIN Syahada Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini menggunakan mahasiswa FEBI UIN Syahada angkatan tahun 2019 sebagai populasi yang berjumlah 3228 dan menjadikan 97 mahasiswa menjadi sampel penelitian ini, adapun teknik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif dengan pendekatan kuesioner atau angket yang menjadikan *SmartPLS* sebagai alat pengolahan data, ada pun uji-uji yang di pakai dalam penelitian ini yaitu *inner model* dan *outer model*. Adapun hasil penelitian mengatakan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan, teman sebaya berpengaruh negatif tidak signifikan dan literasi keuangan menunjukkan hasil positif dan signifikan.

Kata kunci : Perilaku Konsumtif, Citra Merek, Teman Sebaya dan Literasi Keuangan

ABSTRACT

Name : Dian Nur Fadila
NIM : 19 402 00108
Thesis Title : *Determinants Of Consumer Behavior Of FEBI UIN Syahada Padangsidempuan Students*

Economy is something that cannot be separated from human life. Based on observations made by researchers, the campus should be a place for students to gain knowledge, exchange ideas, socialize with fellow students, and so on. However, what can be seen is that the campus is used as a place to show off their lifestyle appearance. Some other students who are at the middle economic level also follow a consumerist lifestyle due to social demands. So some students now only care about appearance, prestige and following their surroundings. Regarding the lifestyle of students as economic actors, the right thing is to prioritize priority needs, not existence in the lecture environment. Based on observations made by researchers of students, more than 50% of students made impulsive purchases in the last 3 months which were influenced by brand image factors, peer influence, financial literacy and desires which influenced students' consumptive behavior. This includes regulating the procedures for consumptive behavior among students, the lifestyle of students in managing finances is currently increasingly out of control. Students do not plan their financial expenses and income, thanks to technology, students no longer have to leave the house to buy the product they want, they just open their smartphone and the product they want appears, Chen and Volpe argue that students who have low knowledge will make wrong decisions in their finances. Students who have low ability in financial literacy will make wrong decisions in consuming, because when consuming they do not take into account priority needs. This is what makes researchers interested in conducting this research, the theories used in this research include consumer behavior, peers, brand image and financial literacy, and make them variables in this research. The location of this research is FEBI UIN Syahada, Padangsidempuan City. This research uses FEBI UIN Syahada students class of 2019 as a population of 3228 and makes 97 students the sample for this research. The technique used in this research is a quantitative method with a questionnaire approach. or a questionnaire that makes SmartPLS a data processing tool. There are also tests used in this research, namely the inner model and outer model. The research results show that brand image has a positive and significant effect, peers have an insignificant negative effect and financial literacy shows positive and significant results.

Keyword: *Consumptive Behavior, Brand Image, Peers and Financial Literacy*

خلاصة البحث

اسم : ديان نور فضيلة

رقم التسجيل : ١٩٤٠٢٠٠١٠٨

موضوع البحث : محددات سلوك المستهلك لطلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية

بجامعة شيخ علي حسن أحمد الداري بادانج سيدمبوان الإسلامية الحكومية

الاقتصاد شيء مهم لا يمكن فصله عن حياة الإنسان. بناءً على الملاحظة التي قدمتها الباحثة، يجب أن يكون الحرم الجامعي مكانًا للطلاب لاكتساب العلوم والمعرفة وتبادل الأفكار بينهم والاختلاط مع زملائهم الطلاب وما إلى ذلك. ومع ذلك، ما يمكن رؤيته هو أن الحرم الجامعي يستخدم كمكان لإظهار مظهر نمط حياتهم. ويتبع بعض الطلاب الآخرين الذين هم على المستوى الاقتصادي المتوسط أيضًا أسلوب حياة استهلاكي بسبب المطالب الاجتماعية. لذلك أصبح بعض الطلاب الآن يهتمون فقط بالمظهر والهيبة ومتابعة محيطهم. فيما يتعلق بنمط حياة الطلاب كفاعلين اقتصاديين، فإن الشيء الصحيح هو إعطاء الأولوية للاحتياجات ذات الأولوية، وليس التواجد في بيئة المحاضرات، وبناءً على نتائج البحث الذي أجرته تيا واريانتي، فقد تبين أن السلوك الاستهلاكي للطلاب الذين ليس لديهم عمل تجاري لا يطبق مبادئ الاستهلاك في الإسلام التي تتفق مع القرآن والسنة، وهي التصرف باعتدال (الاقتصاد) والتمثيل أو الظهور البسيط (القناعة أو الزهد). بناءً على ملاحظة الباحثة من الطلاب، قام أكثر من 50% من الطلاب بعمليات شراء متهورة في الأشهر الثلاثة الماضية والتي تأثرت بعوامل صورة العلامة التجارية، وتأثير الأقران، والمعرفة المالية، والرغبات التي تؤثر على السلوك الاستهلاكي للطلاب. ويشمل ذلك تنظيم إجراءات السلوك الاستهلاكي بين الطلاب، حيث أصبح أسلوب حياة الطلاب في إدارة الشؤون المالية حاليًا خارج نطاق السيطرة بشكل متزايد. لا يخطط الطلاب لنفقاتهم المالية ودخلهم، ففضل التكنولوجيا لم يعد الطلاب مضطرين إلى مغادرة المنزل لشراء المنتج الذي يريدونه، كل ما عليهم فعله هو فتح هواتفهم الذكية ويظهر المنتج الذي يريدونه، يجادل تشين وفولي بأن الطلاب ذوي المعرفة المنخفضة سيتخذون قرارات خاطئة في شؤونهم المالية. الطلاب الذين لديهم قدرة منخفضة في الثقافة المالية سوف يتخذون قرارات خاطئة في الاستهلاك، لأنهم عند الاستهلاك لا يأخذون في الاعتبار الاحتياجات ذات الأولوية. وهذا ما يجعل الباحثة مهتمة بإجراء هذا البحث، فالنظريات المستخدمة في هذا البحث تشمل سلوك المستهلك والأقران وصورة العلامة التجارية والثقافة المالية، وجعلهم متغيرات في هذا البحث. وأما موقع هذا البحث هو كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية بجامعة شيخ علي حسن أحمد الداري بادانج سيدمبوان الإسلامية الحكومية. يستخدم هذا البحث طلاب بكلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية دفعة 2019 كعدد سكان يبلغ 3228 نسمة ويجعل 97 طالبًا عينة لهذا البحث. التقنية المستخدمة في هذا البحث هي طريقة كمية مع منهج الاستبيان أو الاستبيان الذي يجعل من SmartPLS أداة لمعالجة البيانات، كما أن هناك اختبارات مستخدمة في هذا البحث وهي النموذج الداخلي والنموذج الخارجي. أظهرت نتائج البحث أن صورة العلامة التجارية لها تأثير إيجابي وهام، وأن الأقران لهم تأثير سلبي ضئيل وأن المعرفة المالية تظهر نتائج إيجابية وهامة.

الكلمات المفتاحية: السلوك الاستهلاكي، صورة العلامة التجارية، الأقران والمعرفة المالية

KATA PENGANTAR



As-salāmu ‘alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan parasahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “**Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan**”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

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.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Ibu Dr. Rukiah, S.E, M.Si, selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si, selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
3. Terimakasih kepada Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Ibu Rini Hayati Lubis, M.P. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah, serta seluruh Civitas Akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Terimakasih kepada Ibu Nofinawati, M.A selaku pembimbing I peneliti yang telah mengajari dan memberikan bimbingan yang sangat berharga bagi peneliti
5. Terimakasih kepada Bapak Aliman Syahuri Zein, M.E.I selaku pembimbing II peneliti yang telah mengajari dan memberikan bimbingan yang sangat berharga bagi peneliti.

6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
8. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Sumadi beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik peneliti, memotivasi, memberikan dukungan hingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Pintu surgaku, Ibunda Nuraini beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi peneliti, beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun semangat, motivasi serta sujudnya selalu menjadi doa untuk kesuksesan anak-anaknya.
10. Terimakasih juga kepada sahabat-sahabat peneliti Leni Indriani, Kaipah Habeahan, Nikma Sari Harahap, Rika Irpiani dan Anelsa sudah menemani peneliti dari awal hingga akhir penelitian ini dan selalu mengingatkan serta mengajarkan saya tentang hal kebaikan. .
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

12. Terakhir, peneliti mengucapkan terimakasih kepada diri sendiri yang masih bertahan hingga sejauh ini dari banyaknya rintangan yang sudah peneliti lalui untuk sampai ditahap ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak 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. *Aaamiin yarabbal 'alamin.*

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Was-salāmu 'alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh

Padangsidempuan, Januari 2024

Peneliti

DIAN NUR FADILA

NIM.19 402 00108

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system 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 transliterasinya 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	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es dan ye
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 vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagaiberikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

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

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat 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 diberitanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

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

ال . 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 adalah 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 adalah 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 di akhir 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 perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

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. Bilamana 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, hurufcapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
TRANSLATER	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	9
E. Rumusan Masalah.....	10
F. Tujuan Penelitian	12
G. Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Landasan Teori	14
1. Perilaku Konsumtif	14
a. Definisi Perilaku Konsumtif.....	14
b. Perilaku Konsumtif dalam Prespektif Islam	17
c. Indikator Perilaku Konsumtif	20
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	21
2. Citra Merek	22
a. Definisi Citra Merek	22
b. Indikator Citra Merek.....	23
3. Teman Sebaya	23
a. Definisi Teman Sebaya.....	23
b. Indikator Teman Sebaya.....	24
4. Literasi keuangan.....	25

a. Definisi literasi keuangan	25
b. Literasi keuangan syariah	25
c. Pengukuran literasi keuangan	25
d. Indikator literasi keuangan	26
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pikir	34
D. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Lokasi dan Penelitian	36
B. Jenis Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel	37
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	37
1. Instrumen Data	37
a. Data primer	37
b. Data sekunder	38
c. Jenis Data	38
2. Teknik Pengumpulan Data	38
a. Studi kepustakaan	39
b. Kuisisioner	39
c. Dokumentasi	41
E. Uji instrumen (Validitas dan reabilitas)	41
F. Teknik Analisis Data	42
1. Statistik Deskriptif	42
2. Analisis PLS	42
3. Analisis Model Luar (<i>Outher Models</i>)	42
4. Analisis Antar Variabel (<i>Inner Models</i>)	43
5. Pengujian Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN	45
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45

1. Sejarah FEBI UIN Syahada.....	45
2. Gambaran Umum Responden	47
B. Deskriptif Data Penelitian	47
1. Karakteristik Responden	47
a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	47
b. Karakteristik Berdasarkan Jurusan	48
c. Deskripsi Hasil Jawaban Responden.....	48
2. Statistik Deskriptif.....	57
C. Hasil Analisis Data.....	58
1. Uji instrumen	59
a. Skema model	59
b. Evaluasi outer model dan reabilitas	60
1) <i>Convergent validity loading factor</i>	61
2) <i>Discriminant Validity AVE</i>	62
3) <i>Composite reliability</i>	63
4) <i>Cronbach's Alpha</i>	64
2. Analisis Antar Variabel (<i>Inner models</i>)	65
a. <i>Coefficient of determinant (R²)</i>	66
b. <i>Effect size (f²)</i>	67
3. Uji Hipotesis.....	68
A. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
B. Keterbatasan Penelitian	72
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Implikasi Hasil Penelitian	74
C. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Tentunya seiring berjalannya waktu kebutuhan masyarakat semakin meningkat, sehingga perekonomian tumbuh dan berubah terus. Perilaku manusia memiliki dampak besar pada ekonomi, seperti produksi, distribusi, dan konsumsi. Ketiganya menyangkut kegiatan ekonomi masyarakat sehari-hari, yaitu pelaksanaan proses produksi bagi produsen yang berkaitan dengan barang dan jasa oleh pedagang untuk memudahkan akses konsumen terhadap barang dan jasa serta kegiatan. Penggunaan barang dan jasa oleh konsumen (konsumsi) untuk memenuhi kebutuhannya dan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya.¹

Zaman globalisasi sekarang ini sudah bertabuh diberagam wilayah dunia. Dimana hal ini dengan langsung dapat memberikan efek yang besarnya diperkembangan ekonomi serta perDuniaan bisnisnya di seluruh penjuru wilayah. Pada zaman globalisasi ini perkembangan teknologi

¹Dewi Maharani dan Taufiq Hidayat, "Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (23 Oktober 2020): hlm 410, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1374>.

informasinya menjadi tidak terbatas oleh Negara, serta antara Negara menjadi sama-sama bergantung dan berpengaruh.²

Konsumsi menurut Islam dibangun atas dua hal, yaitu kebutuhan (hajat) dan kegunaan (manfaat).³ Menurut Mannan dalam buku Mahsyuri Machfudz konsumsi adalah permintaan, semakin tinggi kita menaiki jenjang peradaban, semakin kita terkalahkan oleh kebutuhan psikologis karena faktor-faktor psikologis. Keangkuhan, dorongan-dorongan untuk pamer, semua faktor ini memainkan peran yang semakin dominan dalam menentukan bentuk lahiriyah konkret dari kebutuhan-kebutuhan fisiologis kita. Dalam suatu masyarakat primitif, konsumsi sangat sederhana, karena kebutuhannya sangat sederhana tetapi peradaban modern telah menghancurkan kesederhanaan akan kebutuhan kebutuhan ini.⁴

Seperti yang dijelaskan Keynes, konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan yang dapat dibelanjakan. Jadi, ketika pendapatan yang dapat dibelanjakan meningkat, konsumsi juga meningkat. Ini mendukung *konsumerisme*, yang pada akhirnya mengarah pada konsumerisme. Menafsirkan keberadaan intelektual mahasiswa, beberapa pertimbangan memperjelas bahwa konsep ekonomi berorientasi pada kenyataan bahwa setiap orang dapat berpikir secara ekonomis dalam setiap perilaku atau aktivitas.⁵

²Nurfian. S Febriani, *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Jakarta: UB Press, 2019), hlm 1., t.t.

³Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 85

⁴Masyhuri Machfudz dan M. Nurhadi Sujoni, *Teori Ekonomi Makro* (Malang: UIN Maliki Press, 2012), hlm 90., t.t.

⁵Sjeddie R. Watung, MAP, *Literasi Ekonomi dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. (CV. Bintang Semesta Media, 2022). (n.p.): .hlm 98,

Perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Anggasari mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.⁶

Selama seseorang masih hidup, akan selalu dihadapkan pada berbagai kebutuhan dan selama itu pula akan melakukan kegiatan konsumsi. Tujuan setiap orang melakukan kegiatan konsumsi adalah terpenuhinya kebutuhan sehingga dicapai kepuasan hidup. Oleh karena kebutuhan hidup setiap orang bermacam-macam, maka semua orang akan melakukan berbagai macam konsumsi barang atau jasa untuk mencapai kepuasan hidupnya.⁷

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengamati bahwa mahasiswa yang terlibat dalam perilaku konsumtif mengalami perubahan gaya hidup dimana terdapat batasan antara kebutuhan pokok dan kebutuhan sandang. Model kehidupan universitas yang berubah memaksa mahasiswa untuk bijak dalam

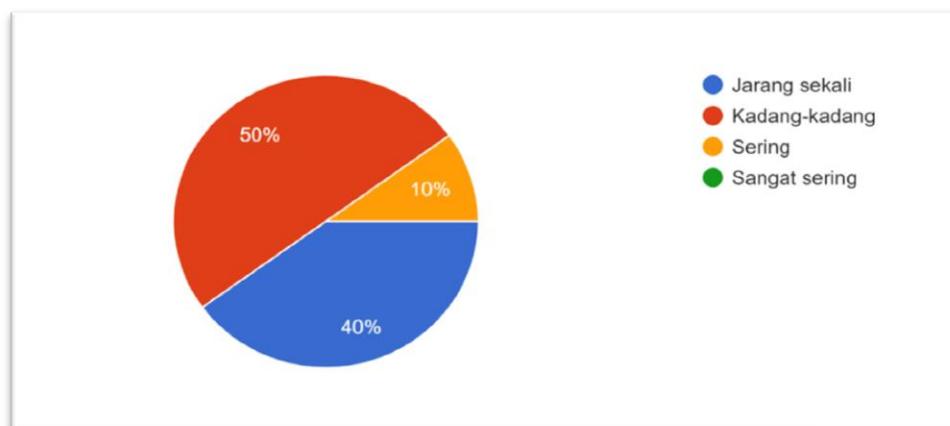
⁶Eni Lestarina dkk., “Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja,” *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (30 Juli 2017): hlm 3–4, <https://doi.org/10.29210/3003210000>.

⁷Sugiharsonon dan Daru Wahyuni, *Dasar-Dasar Ekonomi* (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm 41., t.t.

mengelola keuangan, bukan karena perhitungan utamanya, tetapi karena pengaruh teman dan lingkungan.⁸

Merujuk pada fenomena perilaku konsumtif anak muda, dapat dikatakan bahwa semuanya menjadi sesaat, semua proses dievaluasi hanya ketika sesuatu tercapai dan tidak ada rencana keuangan yang baik, sehingga perilaku pembelian yang mengarah pada kerugian pribadi dapat terjadi dengan sendirinya. di masa depan dan juga sebagian besar siswa yang masih meminta bantuan orang tua mereka untuk membayar semua pengeluaran mereka, sehingga ini bisa sulit dan timbul beban bagi orang tua yang masih menjadi sumber pendanaan atau beasiswa.⁹

Gambar I.1 Hasil Observasi awal



Sumber: <https://forms.gle/ii4xoURFZxasgd8bA>

Berdasarkan observasi diatas yang dilakukan oleh peneliti kepada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan dan ditemukan hasil 10% dari mahasiswa sering melakukan pembelian secara impulsif dalam 3 bulan terakhir, 50% dari kadang-kadang melakukan, dan 40% jarang melakukannya.

⁸Khoirunnas, 'Pola Konsumtif Mahasiswa di Kota Pekanbaru', *Jurnal JOM FISIP*, Volume, 4, Nomor. 1. Februari 2017," t.t., hlm 2.

⁹Delyana Rahmawany Pulungan, Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa, dalam *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol 2, Nomor. 3, 2018," t.t., hlm 108.

Berdasarkan Observasi yang dilakukan oleh peneliti kepada Mahasiswa dapat disimpulkan bahwa lebih dari 50% Mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif dalam 3 bulan terakhir yang dipengaruhi oleh faktor citra merek, pengaruh teman sebaya, literasi keuangan dan keinginan yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup mahasiswa dalam mengatur keuangan saat ini semakin tidak terkendali. mahasiswa tidak merencanakan pengeluaran dan pendapatan keuangannya. Gaya hidup mahasiswa juga didukung oleh perkembangan teknologi yang sangat cepat. Berkat teknologi, mahasiswa tidak lagi harus keluar rumah untuk membeli produk yang diinginkan, cukup membuka *smartphone* dan muncul produk yang diinginkan.¹⁰

Besarnya uang saku mahasiswa tidak sama, tetapi perilaku pengeluaran mereka seringkali dipengaruhi oleh lingkungan tempat tinggal mereka. Oleh karena itu, sesuai dengan kebutuhan dan sumber daya yang tersedia, siswa harus dapat memilih kebiasaan konsumsi untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Siswa yang menerima lebih banyak uang jajan cenderung membelanjakan lebih banyak daripada siswa yang menerima lebih sedikit uang saku.

Chen dan Volpe berpendapat bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka. Mahasiswa yang memiliki kemampuan rendah dalam literasi keuangan akan membuat keputusan yang salah dalam berkonsumsi, karena dalam berkonsumsi mereka tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan. Contohnya dalam membuat anggaran belanja bulanan, mahasiswa jarang sekali membuat anggaran bulanan karena tidak bisa, malas dan buang-

¹⁰Adibah Yahya, Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23, no. 1 (29 Mei 2021): hlm 35, <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>.

buang waktu, padahal hal itu penting untuk menghindari pembengkakan pengeluaran. Pembengkakan pengeluaran bisa terjadi karena kesalahan membeli barang, tidak tepat sasaran karena bukan barang yang dibutuhkan yang dibeli melainkan barang yang diinginkan.¹¹

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan, yang seharusnya kampus merupakan tempat mahasiswa menimba ilmu pengetahuan, bertukar pikiran, bersosialisasi sesama mahasiswa, dan lain sebagainya. Namun yang terlihat, kampus dijadikan ajang pamer penampilan *lifestyle* mereka. Sebagian mahasiswa lain yang berada dalam tingkat ekonomi menengah juga mengikuti gaya hidup yang konsumtif akibat tuntutan pergaulan. Sehingga sebagian mahasiswa kini hanya mementingkan penampilan, gengsi dan mengikuti lingkungan sekitar. Terkait dengan gaya hidup mahasiswa sebagai pelaku ekonomi hal yang tepat adalah mengutamakan kebutuhan yang prioritas bukan pada eksistensi di lingkungan perkuliahan.¹²

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tiya Waryanti menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa yang tidak memiliki usaha tidak menerapkan prinsip konsumsi dalam Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an dan As- Sunnah, yaitu berlaku hemat (*Al- Iqtisad*) dan berlaku

¹¹Dikria, Okky, and Sri Umi Mintarti, Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013, *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 9.2 (2019),.t.t., hlm 135.

¹²Delyana Rahmawany Pulungan, Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa, *dalam Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol 2, Nomor. 3, 2018, hlm 104.

atau berpenampilan sederhana (*Qama'ah atau Zuhud*).¹³ Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso, menunjukkan hasil penelitiannya bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu pun sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis seseorang, maka perilaku konsumtifnya juga semakin rendah.¹⁴

Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat bahwa kebutuhan setiap mahasiswa berbeda-beda, ada mahasiswa yang melakukan konsumsi berdasarkan kebutuhannya ada sebagian yang lain berdasarkan adanya kebutuhan serta keinginan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk membahas tentang perilaku konsumsi mahasiswa, sehingga dapat menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada padangsidempuan. Peneilti akan membahas lebih lanjut dengan judul **“Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada padangsidempuan.”**

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Masih banyak dari mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan membeli barang atau produk yang dipengaruhi oleh citra merek sehingga mereka berperilaku konsumtif

¹³Tiya Waryanti, Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Memiliki Usaha dan Tidak Memiliki Usaha, *Skripsi Iain Metro*, 2020, hlm 60 (t.t.).

¹⁴Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso, Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja, *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 3, no. 3 (12 Maret 2019): 131, <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>.

2. Masih banyak dari mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan membeli barang atau produk yang dipengaruhi oleh teman sebaya sehingga mereka berperilaku konsumtif
3. Masih banyak dari mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan yang tidak bisa mengatur keuangannya sehingga mereka berperilaku konsumtif

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus dengan masalah yang dikaji perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Penelitian ini akan difokuskan pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan sebagai populasi target, dengan pengumpulan data dari sampel yang representatif.
2. Faktor determinan yang akan diteliti adalah citra merek pengaruh teman sebaya dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Batasan penelitian ini akan memfokuskan pada analisis variabel yang terkait dengan faktor-faktor determinan yang telah ditentukan, tanpa melibatkan analisis variabel lainnya atau analisis lebih lanjut seperti analisis multivariat.

Dengan batasan masalah yang disajikan di atas, penelitian Anda akan memiliki fokus yang jelas pada pengaruh citra merek, pengaruh teman sebaya dan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan Angkatan 2019.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah konsep atau karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk diamati, diukur, atau dimanipulasi dalam rangka memperoleh informasi yang relevan dan kemudian mengambil kesimpulan. Sesuai dengan judul penelitian ini ada tiga jenis variabel yaitu:¹⁵

1. Variabel bebas (variabel independen) yaitu variabel yang menjadi atau mempengaruhi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini ialah Citra Merek (*Brand image*), Teman Sebaya (*Influence of peers*), dan Literasi keuangan.
2. Variabel terikat (variabel dependen) yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini ialah Perilaku Konsumtif.

¹⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 38.

Tabel I.1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
Citra Merek (<i>Brand Image</i>) (X ₁)	Citra merek (<i>brand image</i>) adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. ¹⁶	1. Atribut Produk 2. Keuntungan Konsumen 3. Kepribadian Merek ¹⁷	Ordinal
Teman Sebaya (<i>Influence of peers</i>) (X ₂)	Teman sebaya didefinisikan sebagai kelompok sosial yang terdiri dari orang-orang dengan usia, pendidikan atau status sosial yang serupa. ¹⁸	1. Interaksi sosial yang dilakukan. 2. Kebiasaan yang dilakukan teman sebaya. 3. Keinginan meniru. 4. Sikap solidaritas. 5. Dorongan dan dukungan teman sebaya. ¹⁹	Ordinal
Literasi Keuangan (X ₃)	Literasi keuangan adalah komponen modal manusia yang dapat digunakan dalam kegiatan keuangan untuk meningkatkan utilitas seumur hidup yang diharapkan dari konsumsi. ²⁰	1. pengetahuan dasar keuangan. 2. Tabungan 3. Pinjaman 4. Asuransi 5. investasi ²¹	Ordinal

¹⁶Suri Amilia, Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No.1, Mei 2017, hlm 661-662

¹⁷Suri Amilia, hlm 661-662

¹⁸ Yusuf Kurniawan, "Peran Teman Sebaya Dalam Pembentukan Karakter Siswa MTs (Madrasah Tsanawiyah)," *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 14, no. 2 (December 29, 2017), hlm. 5 <https://doi.org/10.21831/socia.v14i2.17641>

¹⁹ Yuli Yanti, "Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, Dan Teman Sebaya Terhadap Kedisiplinan Siswa," 2017, hlm 336.

²⁰ Harpa Sugiharti, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa," *Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, 2018, hlm . 815.

Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. ²²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengutamakan membeli barang karena keinginan dari pada kebutuhan. 2. Membeli barang secara berlebihan. 3. Membeli barang karena kemasan unik, lucu, dan menarik. 4. Membeli barang untuk pemenuhan gaya hidup agar tidak ketinggalan zaman. 5. Membeli barang untuk menaikkan status sosial. 6. Membeli barang karena diskon dan bonus yang ditawarkan.²³ 	Ordinal
------------------------	---	--	---------

E. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan Konteks yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan?
2. Apakah teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan?

²¹ Sugiharti, hlm. 815.

²² Eva Sri Wenny, Pengaruh Tingkat Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, *Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2016* (T.T.), hlm 18.

²³ A. Noorah Mujahidah, Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya, Skripsi Universitas Negeri Makassar, 2020, hlm 4.

3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan
2. Untuk mengetahui pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

G. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Kegunaan penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat bermanfaat sebagai pemikiran ilmiah tentang perilaku konsumtif mahasiswa, terutama pada mahasiswa FEBI UIN Syahada padangsidempuan

2. Secara Praktis

Kegunaan penelitian ini secara praktis diharapkan dapat dijadikan informasi dan bermanfaat bagi pembaca maupun peneliti mengenai sifat konsumtif mahasiswa.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumtif

a. Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku berasal dari kata “peri” dan “laku”. Peri yang berarti cara berbuat, kelakuan, perbuatan, dan laku berarti perbuatan, kelakuan, cara, menjalankan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.¹

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam kehidupannya. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang bisa mendatangkan kepuasan. Gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala *konsumtivisme*, sedangkan *konsumtivisme* untuk membeli barang yang kurang atau tidak diperlukan.²

Setiap orang memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing dan kebutuhan itu berusaha ia penuhi dengan cara yang berbeda-beda. Ada yang memenuhi kebutuhan nya secara wajar dan ada juga yang berlebihan. Sebagaimana fitrah manusia konsumsi merupakan suatu kebutuhan yang wajib untuk dicukupi. Baik kebutuhan berupa barang maupun jasa. Manusia

¹ Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Grammedia Pustaka Utama, 2008), hlm 1056.

²Edi Warsidi, *Perilaku Konsumtif Merusakkan Karakter Bangsa*, (Jakarta Timur:Cv Rizky Aditya, 2021), t.t., hlm 10.

tidak dapat terlepas dari yang namanya konsumsi dimana dari saat manusia lahir hingga meninggal konsumsi masih mengiringinya.³

Mahasiswa selaku remaja tingkat akhir memiliki standar konsumsi kebutuhan sehari-hari yang hampir sama dengan konsumsi kebutuhan rumah tangga. Kegiatan konsumsi erat kaitannya dengan perilaku konsumen yang mana berperan dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam memutuskan untuk mengonsumsi suatu barang atau jasa. Salah satu konsumen yang menjadi pegiat konsumsi adalah remaja. Mereka berada pada fase yang sangat mudah terpengaruh baik itu positif atau bahkan negatif. Hal ini dikarenakan remaja berada pada fase pencarian jati diri. Menurut teori perkembangan, usia remaja merupakan saat-saat remaja memerlukan pengendalian diri yang baik. Pada usia tersebut, mereka membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosialnya, pencarian jati diri, serta dalam kondisi emosi yang labil. Hal ini mempengaruhi keputusan dalam melakukan transaksi, termasuk ketika berbelanja secara *online*.

Sebagai salah satu bagian dari remaja, mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan kuliah, melainkan juga menjadi konsumen guna menunjang penampilannya seperti dengan mengonsumsi *make up*, *handphone*, baju, sepatu, dan lain-lain. Hal ini menunjukkan manusai khususnya mahasiswa tidak hanya menjadi pelaku konsumen dalam pemenuhan kebutuhan primer saja.

³M. Agus Wahyudi, "Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ditinjau dari Motif Pembelian Makanan dan Produk Fashion Secara Online," *journal of multidisciplinary studies* 5 No. 2 (Desember 2021): hlm 310.

Teknologi yang berkembang berdampak pada remaja. Gawai canggih dan internet membuat remaja mudah untuk mengakses segala informasi di internet. Produsen dan pebisnis pun semakin banyak menawarkan produknya melalui internet. Konsumen dapat membeli produk melalui internet inilah yang disebut *online shopping*. *Online shopping* merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari dan ke seluruh dunia. Semakin mudahnya transaksi jual-beli saat ini membuat masyarakat rentan dengan berperilaku konsumtif khususnya remaja. Remaja perlu mengontrol diri dengan budaya konsumtif yang semakin berkembang.⁴

Perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. perilaku konsumtif di tandai dengan tindakan membeli barangbarang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Perilaku konsumtif lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu sematamata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan, Sehingga tanpa pertimbangan yang matang seseorang begitu

⁴M. Agus wahyudi, hlm 311.

mudah melakukan pengeluaran untuk bermacam-macam keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri.⁵

Jadi, dapat disimpulkan perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk yang sama dan merek lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut.⁶

b. Perilaku Konsumtif dalam Prespektif Islam

Dalam ekonomi Islam, penyediaan barang, jasa dan konsumsi harus sesuai dengan syariat Islam. Konsumsi dalam Islam bukan berarti pemenuhan hasrat seksual atau kebutuhan dasar, tetapi harus ditunjukkan ke akhirat melalui niat baik sebagai layak melakukan perbuatan baik.⁷

Pada sistem pasar persaingan bebas, produksi barang didasarkan atas gerak permintaan konsumen umumnya produsen selalu berupaya untuk merai keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun demikian, apabila kreativitasnya dalam memproduksi barang dan mencari keuntungan akan selalu disesuaikan dengan norma-norma yang berlaku dalam ketentuan

⁵Eva Sri Wenny, hlm 18.

⁶Sumartono, Dalam Buku Laila Meliyandrie Wardan Dan Ritia Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*, (Jakarta: NEM, 2021), hlm 6.

⁷Syaparuddin, *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*, (Yogyakarta: 2021), hlm 17.

syari'at Islam. Menurut Nejatullah ada beberapa hal yang terkait dengan pola produksi di bawah pengaruh semangat Islam.⁸

Terfokus bahasan pada ekonominya Islamnya pada dasarnya ada dalam sikap manusianya diharta, terutama didalamnya segala perilakunya individu disaat mencarikan hartanya (produksinya), menyimpan hartanya, pengelolaan kekayaannya serta menghabiskan kekayaan konsumsinya.⁹

Dalam perspektif ekonomi islam, semua barang dan jasa membawa pengaruh pada kemaslahatan disebut dengan kebutuhan. Misalnya makan-makanan yang halal dan bergizi merupakan kebutuhan manusia untuk menjaga kesehatan. Keinginan adalah sesuatu yang terkait dengan hasrat, yang apabila dipenuhi belum tentu meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun sesuatu. Keinginan merupakan kebutuhan manusia yang dihasilkan budaya dan kepribadian individual, manusia mempunyai keinginan tanpa batas, tetapi sumber dayanya terbatas.¹⁰

Dasar hukum konsumsi dalam islam terdapat dalam al-qur'an surah Al-a'raf ayat 31.

يَبْيِ آدَمَ حُدُوا زَيْتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا
تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ○٣١

⁸Arbanur Rasyid. Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam." *Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi* 5.2 (2019), hlm 176.

⁹Kurniati, 'Teori Perilaku Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam', dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume 6, Nomor.1, Juni 2016," t.t., hlm 45.

¹⁰Nuju Saputri Simatupang, Analisis Pengaruh Transaksi Nontunai Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Febi IAIN Padangsidempuan), *Skripsi IAIN Padangsidempuan*, 2022," (T.T.), hlm 19.

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.¹¹

Setelah Allah menurunkan kepada bani Adam pakaian untuk menutupi auratnya dan pakaian indah untuk perhiasan Allah berfirman ”Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid” yakni tutuplah auratmu ketika shalat, baik yang wajib atau yang sunnah karena menutupnya adalah perhiasan bagi tubuh sebagaimana membukanya berarti membiarkan tubuh dalam keadaan buruk dan tidak pantas. Ada kemungkinan bahwa yang dimaksud dengan perhiasan disini adalah lebih dari sekedar berpakaian yaitu pakaian yang dikenakan harus menutupi aurat dan bersih dari kotoran. serta najis. Ayat ini dijadikan dalil dalam mewajibkan penutupan aurat didalam shalat. Demikian pendapat mayoritas ahli ilmu. Kemudian Allah berfirman “dan makanlah” makanan yang halal, enak, bermanfaat lagi bergizi, dan berdampak baik bagi tubuh. “serta minumlah” apa saja, yang kamu sukai selama tidak memabukkan, serta tidak juga mengganggu kesehatan.” dan janganlah berlebih-lebihan” dalam hal itu berlebih-lebihan bisa dengan melampaui batas kemewahan dalam makan, minum dan berpakaian, dan bisa pula dengan melampaui batas yang halal kepada yang haram. Jadi harus seimbang, tidak terlalu hemat, tidak pula berlebih-lebihan. Diantara sikap berlebihan adalah makan bukan karena kebutuhan dan dilakukan pada waktu

¹¹ Q.s al- a'raf 7\31

kenyang. Imam Bukhari berkata, “Ibnu Abbas berkata, Makanlah apa yang kamu inginkan dan pakailah apa yang kamu inginkan selama kamu tidak jatuh dalam dua kesalahan: berlebih-lebihan dan sombong”. “Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” dalam hal apa saja, karena pada akhirnya nanti akan cenderung boros. Dan Allah tidak akan melimpahkan rahmat dan ganjaran bagi orang yang berlebihlebian. Sederhana atau berlaku tengah-tengah adalah prinsip dari setiap perbuatan baik.¹²

c. Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator Perilaku Konsumtif Konsep tingkahlaku konsumtifnya yaitu membelikan barangnya ataupun jasanya dengan tidak mempertimbangkannya dengan akal ataupun tanpa berdasarkan keperluan. Berikut ini indikatornya Perilaku konsumtifnya yaitu:¹³

1. Mengutamakan membeli barang karena keinginan dari pada kebutuhan.
2. Membeli barang secara berlebihan.
3. Membeli barang karena kemasan unik, lucu, dan menarik.
4. Membeli barang untuk pemenuhan gaya hidup agar tidak ketinggalan zaman.
5. Membeli barang untuk menaikkan status sosial.

¹²Rosyidah, Umi, and Lailatul Mas'udah. 'Larangan Berlebih-Lebihan Dalam Al-Qur'an.' *Jadid: Journal of Quranic Studies and Islamic Communication* 2.1 (2022),” hlm. 142–143.

¹³Laila Meliyandri, , hlm. 11.

6. Membeli barang karena diskon dan bonus yang ditawarkan¹⁴

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif

faktor - faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif :

1. Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain Kebanyakan sifat konsumtif muncul karena pembeli ingin memiliki barang yang tidak dipunyai orang lain, Alhasil pembeli pun akan mencari barang yang langka atau limited edition tentu saja harganya pun juga pastinya sangat mahal.
2. Kebanggaan karena penampilan dirinya Sifat konsumtif juga biasa terjadi karena rasa kebanggaan yang berlebih terhadap penampilan. Biasanya banyak diantaranya ada orang akan percaya diri bila memiliki barang-barang mewah dan selalu terbaru.
3. Ikut-ikutan Ada juga sifat orang yang ikut-ikutan dengan orang lain sehingga apapun itu akan selalu dibeli dan ingin selalu memiliki barang-barang yang sedang terkenal seiring perkembangan zaman.
4. Menarik perhatian dari orang lain Ini salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang, biasanya orang yang selalu ingin menarik perhatian orang lain pasti memiliki cara, salah satunya yaitu memiliki barang-barang yang *up to date*. Kecenderungan orang-orang akan memaksimalkan kegiatan belanja

¹⁴ A. Noorah, hlm 4.

mereka bukan lagi sesuai kebutuhan primer sehari-hari akan tetapi sesuai selera mereka masing-masing (tersier).¹⁵

2. Citra Merek

a. Definisi Citra Merek

Menurut Tjiptono yang dimaksud dengan citra merek (*brand image*) adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Menurut Kotler dan Keller citra merek adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti. Kertajaya mengemukakan pendapatnya bahwa yang dimaksud dengan citra merek adalah gebyar dari seluruh asosiasi yang terkait pada suatu merek yang sudah ada di benak konsumen.

Menurut Ratri citra merek merupakan asosiasi dari semua informasi yang tersedia mengenai produk, jasa dan perusahaan dari merek yang dimaksud. Informasi ini didapat dari dua cara, yang pertama melalui pengalaman konsumen secara langsung, yang terdiri dari kepuasan fungsional dan kepuasan emosional. Merek tersebut tidak cuma dapat bekerja maksimal dan memberikan performansi yang dijanjikan tapi juga harus dapat memahami kebutuhan konsumen, mengusung nilai-nilai yang diinginkan oleh konsumen dan juga memenuhi kebutuhan individual konsumen yang akan memberi kontribusi atas hubungan dengan merek tersebut. Kedua, persepsi yang dibentuk oleh perusahaan dari merek

¹⁵Chandra Kurniawan, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa, *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 13, No. 4, Januari 2017, hlm 111-112.

tersebut melalui berbagai macam bentuk komunikasi, seperti iklan, promosi, hubungan masyarakat (*public relations*), logo, dan lain sebagainya Menurut Ratri.

b. Indikator Citra Merek

Adapun indikator citra merek menurut Ratri yaitu sebagai berikut:

1. Atribut produk (*product attribute*), merupakan hal-hal yang berkaitan dengan merek tersebut sendiri, seperti kemasan, rasa, harga, dan lain-lain.
2. Keuntungan konsumen (*consumer benefits*), merupakan kegunaan produk dari merek tersebut.
3. Kepribadian merek (*brand personality*), merupakan asosiasi yang mengenai kepribadian sebuah merek apabila merek tersebut adalah manusia.¹⁶

3. Teman sebaya

a. Definisi Teman Sebaya

Teman sebaya adalah individu yang memiliki kedudukan, usia, status, dan pola pikir yang hampir sama. Blazevic mengatakan bahwa teman sebaya didefinisikan sebagai kelompok sosial yang terdiri dari orang-orang dengan usia, pendidikan atau status sosial yang serupa. Santrock mengemukakan bahwa teman sebaya adalah anak dengan usia atau tingkat kedewasaan yang sama. Berbagai persamaan tersebut berdampak pada pola interaksi yang dilakukan yaitu interaksi secara

¹⁶ Suri Amilia, hlm 661-662.

berkelompok. Persamaan tersebut kemudian memunculkan berbagai kelompok pergaulan teman sebaya, yang akan mempengaruhi perilaku anggotanya sesuai dengan karakteristik kelompok masing-masing.¹⁷

Lingkungan teman sebaya tentunya memiliki peran bagi remaja di manapun berada, tak terkecuali di sekolah. Lingkungan teman di sekolah juga memiliki peran tersendiri bagi siswa di sekolah tersebut. Wulansari menjelaskan bahwa peran adalah konsep tentang apa yang harus dilakukan oleh seseorang, meliputi tuntutan perilaku dari masyarakat terhadap seseorang, dan menjadi perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Merton menjelaskan bahwa peran adalah pola tingkah laku yang diharapkan masyarakat dari orang yang menduduki status tertentu. Peran akan menentukan apa yang dilakukan seorang individu bagi Masyarakat, Serta Kesempatan Apa Yang Diberikan Masyarakat kepada individu tersebut. Peran sangat penting karena dapat mengatur perilaku seseorang, dan menyebabkan seseorang dapat meramalkan perbuatan orang lain pada batas tertentu, sehingga seseorang dapat menyesuaikan perilakunya sendiri dengan perilaku orang dalam kelompoknya.¹⁸

b. Indikator Teman Sebaya

Adapun Indikator Teman Sebaya dalam Penelitian ini adalah:¹⁹

1. Interaksi sosial yang dilakukan.

¹⁷ Yusuf Kurniawan, Ajat Sudrajat, "Kurniawan, Yusuf, and Ajat Sudrajat. 'Peran teman sebaya dalam pembentukan karakter siswa MTs (Madrasah Tsanawiyah).' *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 14.2 (2017).," t.t., hlm. 12.

¹⁸ Yusuf Kurniawan, hlm 5.

¹⁹ Yuli Yanti, hlm 336.

2. Kebiasaan yang dilakukan teman sebaya.
3. Keinginan meniru.
4. Sikap solidaritas.
5. Dorongan dan dukungan teman sebaya

4. Literasi Keuangan

a. Defenisi literasi keuangan

Menurut Huston literasi keuangan adalah komponen modal manusia yang dapat digunakan dalam kegiatan keuangan untuk meningkatkan utilitas seumur hidup yang diharapkan dari konsumsi (yaitu, perilaku yang meningkatkan keuangan kesejahteraan)²⁰.

b. Literasi Keuangan Syariah

Menurut Rahim, Rashid dan Hamed secara konseptual literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, ketrampilan dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran islam.

c. Pengukuran Literasi Keuangan

Syariah Aspek–aspek literasi keuangan syariah yang digunakan sebagai dasar pengukuran literasi keuangan syariah dalam penelitian ini mengadaptasi kategori penelitian literasi keuangan dari Huston untuk diubah dalam perspektif keuangan syariah.

²⁰ Agus Yulianto, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Jasa Lembaga Keuangan Syariah,” Universitas Islam Indonesia (yogyakarta, 2018)., hlm 7.

d. Indikator literasi keuangan

literasi keuangan diukur menggunakan 4 (empat) indikator, yaitu pengetahuan dasar keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi. Dan kemudian dihitung pengaruhnya terhadap perilaku pengelolaan keuangan Mahasiswa baik masing-masing indikator dan literasi keuangan secara keseluruhan.²¹

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul yang diteliti. Adapun dikemukakannya hasil penelitian terdahulu adalah untuk mendukung isi ataupun bahan acuan (Perbandingan) dari penelitian ini.²²

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1	Adibah Yahya, Jurnal Pengembangan Wiraswata (2021)	Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa.	Hasil penelitian dan beberapa uji yang dilakukan yaitu pada uji validitas uji instrument penelitian disajikan pada tabel I terdapat data tidak valid pada variabel perilaku konsumtif. Untuk variable perilaku konsumtif hanya digunakan 8 pertanyaan yang dimasukkan kedalam pengujian. Rangkuman hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel 2 Nilai cronbach's

²¹ Harpa sugiharti "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa" (Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2018) hlm.815

²²Nurul Wahidah, "Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak 2013," T.T., hlm 3.

			<p>alpha seluruh variabel lebih dari 0,060 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliable normalitas secara grafis terpenuhi dengan diperolehnya residual yang berada disepular garis diagonal pada gambar 4 pada penelitian tersebut terlihat normalitas menggunakan Kolmogorov smimov terpenuhi dengan nilai probabilitas 0,200 yang telah lebih dari 0,05. Uji model mendapatkan nilai fhitung adalah 5,79 dengan tingkat signifikansi 0,02 pada tabel 5 karena fhitung (5,79) > ftabel (2,8) dan tingkat signifikannya $0,02 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel independen (literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan elektronik <i>money</i>) secara serempak signifikan terhadap perilaku konsumtif.</p>
2	M. Agus Wahyudi, Journal of Multidisciplinary Studies (2021)	Analisis perilaku konsumtif mahasiswa ditinjau dari motif pembelian makanan dan produk fashion secara online	Pembelian produk makanan online mahasiswa memiliki pertimbangan dengan melihat rating toko, jumlah pembeli, selera, alamat toko dan produk, harga, biaya ongkir, bahan dan lainlain. Tidak jauh berbeda dengan pembelian produk fashion, mahasiswa memiliki pertimbangan dalam membelinya yaitu dengan

			melihat ulasan pembeli berupa foto produk yang diterima pembeli, jumlah pembeli, rating toko dan produk, harga, alamat toko, biaya ongkir dan lain-lain.
3	Tiya Waryanti, Skripsi (2020)	Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Memiliki Usaha dan Tidak Memiliki Usaha.	Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan terhadap mahasiswa yang tidak memiliki usaha tidak menerapkan prinsip konsumsi dalam islam yang sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah, yaitu berlaku hemat (<i>Al-Iqtishad</i>) dan berlaku atau berpenampilan sederhana (<i>Qama'ah atau Zuhud</i>).
4	Bagas tripambudi, B., & Endang sri indrawati, Jurnal Empati (2020)	Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian <i>Gadget</i> Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel perilaku konsumtif pembelian gadget terdapat 7,2% Mahasiswa jurusan teknik industri Universitas Diponegoro yang berada pada kategori sangat rendah, 81,6% pada kategori rendah, 9,6% pada kategori tinggi, dan 1,4% berada pada kategori sangat tinggi. Kemudian pada variabel kontrol diri menunjukkan bahwa 13,5% siswa berada pada kategori yang rendah, 70,5% mahasiswa berada pada kategori tinggi, 15,9% mahasiswa berada pada kategori sangat tinggi dan 0% siswa berada pada kategori sangat rendah.

5	Martisa Pardesi, Skripsi 2020	Analisis Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Santri Ditinjau Dalam Perspektif Religiusitas (Studi Pada Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh),	Analisis Santri Putra 48% Santri Putri 52% Informasi Santri perilaku konsumtif ini berkaitan dengan fenomena yang terjadi di kalangan santri Dayah Modern Darul Ulum yang terfokus pada kegiatan santri dalam hal keuangan, pendidikan, berpakaian dan mengkonsumsi makanan. Paparan data berkaitan dengan faktor apa saja yang menyebabkan santri berperilaku konsumtif dan gaya hidup santri.
6	Dewi maharani dan Taufik hidayat, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (2020)	Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam.	Dalam prespektif ekonomi islam terdapat penyeimbang dalam kehidupan, berbeda dengan ekonomi konvensional. Di jelaskan di dalam al-quran penyeimbang dalam ekonomi islam salah satunya dengan mengeluarkan zakat, sedekah dan infaq. Hal ini merupakan rantai umat islam agar terjalin solidaritas umat muslim dalam berkontribusi saling membantu antara satu dengan yang lain.
7	Arbanur rasyid, Jurnal Hukum Ekonomi (2019)	Perilaku konsumtif dalam prespektif agama islam,	Ajaran Islam jika dilaksanakan dengan baik akan mampu menjadi senjata ampuh untuk mengendalikan manusia menjadi organisme konsumtif yang tidak saja merugikan dirinya tetapi

			juga berpotensi merugikan orang lain.
8	Annisa Hoiriah Lubis, Skripsi (2018)	Determinan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan	Berdasarkan hasil pengujian uji t pembelajaran keuangan di perguruan tinggi, IPK berpengaruh dan jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap literasi keuangan mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Angkatan 2018 dan dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan.
9	Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso, Gadjah Mada Journal Of Psychology (2017)	Hubungan Antar Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja	gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu pun sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis seseorang, maka perilaku konsumtifnya juga semakin rendah
10	Patma sari, skripsi (2017)	pengaruh teman sebaya terhadap perilaku siswa sdn 68 cangadi II kecamatan liriaja kabupaten soppeng.	Hasil penelitian membuktikan bahwa r hitung $\geq r$ tabel, dengan kata lain hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima atau terdapat pengaruh teman sebaya terhadap perilaku siswa SDN 68 Cangadi II Kec. Liriaja Kab. Soppeng.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian antara peneliti dan penelitian yang dilakukan oleh Adibah Yahya ialah sama-sama meneliti perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan perbedaannya adalah Jenis penelitian yang dilakukan oleh adibah yahya adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bersifat kausal (menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih) dan hubungan yang bersifat sebab akibat, terdapat variabel bebas dan variabel terikat sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif.
2. Persamaan penelitian antara peneliti dan M Agus Wahyudi adalah sama-sama meneliti perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan perbedaan penelitian adalah Lokasi penelitian yang dilakukan oleh M. agus wahyudi ini pada mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta sementara peneliti pada UIN Syahada padangsidimpuan.
3. Penelitian yang dilakukan Tiya waryanti memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti perilaku Konsumtif mahasiswa. Sedangkan perbedaan penelitiannya ialah Lokasi penelitian Tiya Waryanti pada mahasiswa IAIN Metro Sementara Penelitian ini dilaksanakan Pada Mahasiswa/I UIN Syahada Padangsidimpuan dan metode penelitian yang digunakan Tiya Waryanti adalah kualitatif sementara penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

4. Persamaan penelitian antara peneliti dan Bagas Tripambudi dan Endang Sri Indrawati ialah sama-sama melakukan penelitian terhadap mahasiswa. Sedangkan perbedaannya adalah Jurnal penelitian yang dilakukan Bagas Tripambudi dan Endang Sri Indrawati meneliti mahasiswa teknik industri universitas diponegoro, sedangkan peneliti melakukan penelitian terhadap mahasiswa FEBI UIN syahada padangsidempuan
5. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian Dewi Maharani dan Taufik Hidayat ialah sama-sama meneliti perilaku konsumtif dalam perspektif Islam. Sedangkan perbedaan penelitian ialah subjek penelitian yang dilakukan Dewi Maharani dan Taufik Hidayat berfokus untuk seluruh umat Islam sementara penelitian yang dilakukan peneliti lebih fokus kepada mahasiswa.
6. Persamaan penelitian antara peneliti dan Martisa Pardesi ialah sama-sama melakukan jenis penelitian Kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan penelitian adalah Penelitian yang dilakukan Martisa Pardesi adalah untuk menganalisis perilaku konsumtif dan gaya hidup santri ditinjau dalam perspektif religius di darul ulum Banda Aceh sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu Determinan perilaku konsumtif mahasiswa Febi di UIN Syahada Padangsidempuan
7. Persamaan penelitian yaitu sama-sama menggambarkan perilaku konsumtif dalam perspektif Islam. Sedangkan perbedaannya adalah Penulis hanya menjelaskan tentang bagaimana perilaku konsumtif dalam perspektif Islam dan tidak melakukan penelitian terhadap perilaku konsumtif yang dimaksud

sementara peneliti sendiri melakukan penelitian terhadap perilaku konsumtif.

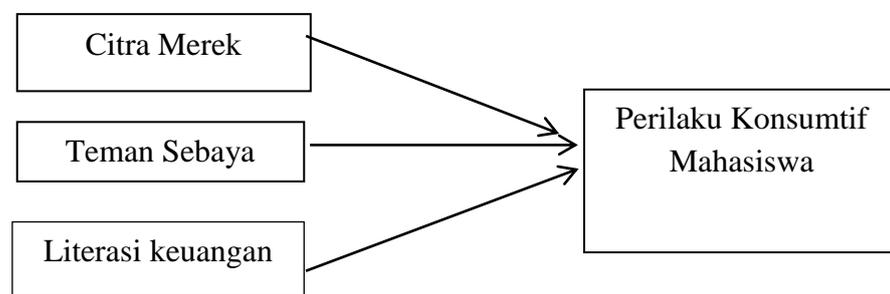
8. Persamaan penelitian antara peneliti dan annisa ialah sama-sama menggunakan metode kuantitatif sedangkan perbedaannya adalah menggunakan teknik pengolahan data dimana peneliti menggunakan *SmartPLS* sedangkan annisa menggunakan SPSS.
9. Persamaan penelitian antara peneliti dan Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso ialah sama-sama meneliti perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaan penelitian adalah penelitian yang dilakukan Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso meneliti remaja sedangkan peneliti meneliti mahasiswa UIN Syahada padangsidempuan dimana cakupan penelitian dari jurnal tersebut cukup luas sedangkan peneliti hanya mencakup mahasiswa FEBI UIN Syahada saja.
10. Persamaan penelitian antara peneliti dan penelitian yang dilakukan patma sari adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti menggunakan teknik pengolahan data *SmartPLS* sedangkan patma sari menggunakan SPSS.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah pernyataan tentang kemungkinan merumuskan konsep untuk pemecahan masalah. Keadaan mental juga dapat digunakan dalam situasi alami yang dapat diamati langsung oleh peneliti dan tidak dibatasi oleh

teori atau hipotesis.²³ Setiap usaha harus dapat bertahan dalam menghadapi ancaman ekonomi saat ini. Kerangka kerja yang baik secara teoritis akan menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Jika secara teoritis diperlukan, hubungan antara variabel independen dan dependen harus dijelaskan.

Gambar II.1 Kerangka Pikir



Keterangan: \longrightarrow

Berpengaruh secara Parsial

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data yang diuraikan di atas,. Rumusan masalah penelitian dapat dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan sementara. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:²⁴

²³Iwan Hermawan, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan Mixed Method* (Kuningan: Hidayatul Quran, 2019) hlm.126

²⁴Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)*, (Jakarta: Pt Raja Gopindo Persada, 2012), hlm.63

H₁= Terdapat pengaruh antara Citra Merek terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan.

H₂= Terdapat pengaruh antara Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

H₃= Terdapat pengaruh antara Literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada kampus UIN Syahada Padangsidimpuan. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan dari bulan Oktober 2023 sampai Januari 2024, yang dimulai dari penyusunan rencana dan usulan penelitian hingga kegiatan akhir yaitu penyelesaian laporan penelitian yang akan dibuat oleh peneliti.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif ini didasarkan pada filsafat *positivisme* dan digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian, dan analisis data menggunakan pendekatan kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Variabel independen dalam penelitian ini yang terdiri dari Citra Merek, Teman sebaya dan Literasi keuangan. Sedangkan variabel dependen adalah Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah Area generalisasi yang meliputi: objek atau subjek yang dipilih peneliti untuk diselidiki dan digunakan sebagai dasar untuk membuat kesimpulan. Selain itu, populasi mencakup semua ciri dan sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti selain kuantitas yang ada di

dalamnya. Populasi penelitian ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Ad Darry yang Berjumlah 3228 mahasiswa¹

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *random sampling*, yaitu teknik penentu sampel dengan sampel acak. Ukuran populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut slovin. menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$n = \frac{3228}{3228(0,01)+1}$$

$$n = \frac{3228}{33,28}$$

$$n = 96,99$$

Maka Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 Orang.

D. Instrumen Dan Teknik Pengolahan Data

1. Instrumen Data

a. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang diperoleh langsung dari sumbernya dalam suatu penelitian. Dalam konteks penelitian ini, data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung di lapangan atau lokasi

¹ "Arsip Akademik, Kemahasiswaan Dan Alumni FEBI," *n.d.* diakses pada 23-juni-2023

penelitian. Data tersebut dapat diperoleh dari partisipan yang menjadi subjek penelitian maupun melalui observasi langsung di lapangan.

Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan adalah data yang diperoleh secara langsung di lapangan. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada dosen dan staff administrasi FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) sebagai responden. Kuesioner digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

b. Data sekunder

Penelitian ini mengandalkan data sekunder selain data primer sebagai pendukung. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari studi literatur, seperti dokumen resmi, buku, temuan penelitian yang disajikan dalam laporan, dan sebagainya.

c. Jenis Data.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau yang biasa disebut dengan data statistik. Dalam melaksanakan penelitian kuantitatif yaitu dengan mengumpulkan data statistik yang kemudian dianalisa dan dilaksanakan dengan mempertimbangkan jenis data, responden, cara memperoleh data, waktu pengambilan data, dan subjek dimana data diperoleh.²

² Kristia Yuliawan, "Pelatihan Smartpls 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, No. 1 (2021): hlm. 43.

2. Teknik Pengumpulan Data

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah proses dimana peneliti menemukan informasi yang relevan, seperti buku ilmiah, laporan penelitian, makalah ilmiah, dan sumber informasi cetak atau elektronik lainnya.

2. Kuisisioner (angket)

Kuisisioner atau angket adalah metode untuk mengumpulkan data di mana responden diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Survei adalah prosedur pemilihan yang mengharapkan responden untuk menjawab dengan memberikan rangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis³. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan ataupun pernyataan tertutup dan terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung maupun di kirim lewat pos atau internet. Dalam hal ini peneliti melakukan atau mengumpulkan data kuisisioner melalui secarik kertas yang berisi beberapa pertanyaan dengan cara bertemu dan berpapasan langsung dengan responden yang diteliti, dengan menggunakan skala ordinal untuk mengukur tingkatan pada setiap kuisisioner yang diajukan.

Tabel III. 1 Kisi-Kisi Indikator

NO	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1	Citra Merek (<i>Brand</i>)	Citra merek (<i>brand image</i>) adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan	1. Atribut Produk 2. Keuntungan Konsumen

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta , 2017) hlm 142

	<i>Image</i>) (X_1)	konsumen terhadap merek tertentu. ⁴	3. Kepribadian Merek
2	Teman Sebaya (<i>Influence of peers</i>) (X_2)	Teman sebaya didefinisikan sebagai kelompok sosial yang terdiri dari orang-orang dengan usia, pendidikan atau status sosial yang serupa. ⁵	1. Interaksi sosial yang dilakukan. 2. Kebiasaan yang dilakukan teman sebaya. 3. Keinginan meniru. 4. Sikap solidaritas. 5. Dorongan dan dukungan teman sebaya. ⁶
3	Literasi Keuangan (X_3)	Literasi keuangan adalah komponen modal manusia yang dapat digunakan dalam kegiatan keuangan untuk meningkatkan utilitas seumur hidup yang diharapkan dari konsumsi. ⁷	1. pengetahuan dasar keuangan. 2. Tabungan 3. Pinjaman 4. Asuransi 5. investasi ⁸
4	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. ⁹	1. Mengutamakan membeli barang karena keinginan dari pada kebutuhan. 2. Membeli barang secara berlebihan. 3. Membeli barang karena kemasan unik, lucu, dan menarik. 4. Membeli barang untuk pemenuhan gaya hidup agar

⁴Suri Amilia, Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No.1, Mei 2017, hlm 661-662.

⁵ Yusuf Kurniawan, "Peran Teman Sebaya Dalam Pembentukan Karakter Siswa MTs (Madrasah Tsanawiyah)," *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 14, no. 2 (December 29, 2017), hlm. 5 <https://doi.org/10.21831/socia.v14i2.17641>

⁶ Yuli Yanti, "Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, Dan Teman Sebaya Terhadap Kedisiplinan Siswa," 2017, hlm 336.

⁷ Harpa Sugiharti, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa," *Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, 2018, hlm . 815.

⁸ sugiharti, hlm. 815.

⁹ Eva Sri Wenny, Pengaruh Tingkat Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, *Skripsi IAIN Padangsidimpuan*, 2016" (T.T.), hlm 18.

			tidak ketinggalan zaman. 5. Membeli barang untuk menaikkan status sosial.
--	--	--	--

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari informasi tentang proses penelitian yang digunakan untuk mencari informasi melihat barang-barang eksplorasi, misalnya catatan, file, buku harian yang berhubungan dengan penelitian. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang dokumen, catatan, dan item penting lainnya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan dokumentasi dengan cara pengambilan gambar pada saat penyebaran kuesioner dan mencetak beberapa yang diperlukan.

E. Uji Instrumen (Validitas Dan Reabilitas)

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Instrumen yang sah atau valid, berarti memiliki validitas tinggi, demikian pula sebaliknya. Sebuah instrumen dikatakan sah apabila mampu mengukur apa yang diinginkan atau mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Kemudian reliabilitas menunjukkan pada Suatu instrumen dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat mengumpulkan data dikarenakan instrumen

tersebut sudah baik uji reliabilitas ini, hanya dilakukan terhadap butir-butir yang valid dari uji validitas.¹⁰

F. Teknik Analisis data

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji kualitas data dan uji hipotesis. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai mean Standar deviasi, Varian, maksimum, minimum, *sum* dan *range* dengan menggunakan *software Smartpls 4.0*.

1. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang data-data penelitian seperti, mean, median, standar deviasi, dan lain-lain. Pada penelitian ini akan dilakukan analisis deskriptif dengan memberikan gambaran tentang jumlah data minimum, maksimum, dan standar deviasi.

2. Analisis PLS (*Partial Least Square*)

Partial Least Square (PLS) merupakan suatu teknik dalam statistika berbasis varian yang dirancang guna menyelesaikan perihal atau masalah dalam regresi berganda. Permasalahan tersebut antara lain ukuran sampel yang kecil, adanya data yang hilang serta adanya permasalahan dalam uji asumsi klasik. PLS merupakan suatu alat analisis yang dikembangkan oleh ahli statistika dan ekonometrika dari swedia yaitu Herwan World. PLS merupakan suatu analisis teknik yang menggabungkan pendekatan

¹⁰Magdalena Dkk, *Metode Penelitian* (Bengkulu: Penerbit Buku Literasiologi, 2021), hlm 109.

struktural, pendekatan analisis faktor serta analisis jalur.¹¹

3. Analisis Model Luar (*Outer Models*)

Model yang menggambarkan hubungan antara variabel laten konstruksi dan indikatornya adalah Model Luar. Hubungan faktor-faktor ini dengan teori pengukuran. Berikut merupakan kriteria outer model:

Tabel III. 2 Outer Models

Evaluasi	Kriteria
1) <i>Convergent Validity Loading Factor</i>	<i>Outer Loading</i> $\geq 0,5$
2) AVE (<i>Average Varians Extracted</i>)	$\geq 0,5$
3) <i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading</i> ≥ 0.60
4) Uji Reliabilitas	$\geq 0,6$

Berdasarkan tabel III.2 yang disajikan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa:

- 1) *Convergent Validity*, berhubungan dengan prinsip bahwa indikator-indikator dari sebuah variabel seharusnya berkorelasi tinggi. Nilai *Convergent* dilihat dari nilai loading, nilai tersebut dianggap cukup antara 0,5 sampai 0,6 untuk jumlah variabel laten antara 3 sampai 7.
- 2) *Average Variance Extracted (AVE)*, nilai AVE digunakan untuk mengetahui nilai validitas suatu konstruk. Suatu variabel dikatakan valid apabila nilai AVE $\geq 0,50$.

¹¹Musyaffi, Hera Khairunnisa, and Dwi Kismayanti Respati, *Konsep Dasar Struktural Equation Model - Partial Least Square SEM-PLS Menggunakan SmartPLS*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), hlm. 4.

- 3) *Discriminant Validity* adalah untuk melihat apakah suatu konstruk memiliki diskriminan yang memadai. Dalam melihat *discriminant validity* dapat dilakukan dengan melihat nilai *cross loading*
- 4) Uji Reliabilitas dengan *Composite Reliability* digunakan untuk menguji reliabilitas suatu variabel. *Rule of thumb* nilai alpha atau *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun 0,6 masih dapat diterima.¹²

4. Analisis Antar Variabel (*Inner Models*)

Inner model (*inner relation, struktural model, dan substantive theory*) menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada teori *substansif*. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *prediktive relevance*, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Perubahan nilai R^2 dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang *substansif*.¹³

Tabel III. 3 Inner Models

Evaluasi	Kriteria
1. <i>Coefficient Of Determination</i> (R^2)	Baik (0,67), Moderat (0,33), Lemah (0,19),
2. <i>Effect Size</i> (f^2)	Semakin besar f^2 , semakin besar pengaruhnya.

Berdasarkan tabel III.3 yang telah disajikan di atas, maka dapat dijelaskan:

¹² Imam Ghozali, “*Grand Theory, 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*” (Semarang: Yoga Pratama, 2020), hlm. 32.

¹³ Imam Ghozali, *Struktural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 4th ed, (Semarang: Badan Penelitian Universitas Depongoro, 2014), hlm. 42.

- 1) *Coefficient of determination* (R^2), koefisien determinasi digunakan untuk melihat kemampuan model atau kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variansi data pada variabel dependen dan nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil R^2 sebesar 0,67 (baik), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah).
- 2) *Effect size* (f^2), Pengujian ini untuk memprediksi pengaruh dari variabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam struktur model. Standar pengukuran yaitu 0,02 (kecil), 0,15 (menengah), dan 0,35 (besar).¹⁴

5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilihat dari besarnya nilai t-statistik. Nilai t-test di dapat dengan metode *bootstrapping* menggunakan uji *two-tailed* dengan tingkat signifikansi sebesar 5% untuk menguji hipotesis-hipotesis penelitian atau pengaruh antara variabel.¹⁵ untuk mengetahui bahwasanya hipotesa yang ada berpengaruh signifikan positif atau negatif.

Tabel III. 4 Pengujian Hipotesis

Evaluasi	Kriteria
<i>Signifikansi (2-tailed)</i>	t-value 1.65 (signifikansi level = 5%, 1.96 (signifikansi level= 5%), dan 2.58 (signifikansi level= 5%

¹⁴ Imam Ghozali, *Struktural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, hlm. 56.

¹⁵ Hermailini & Sulistiyowati Ernawati, "Penerapan DeLone and McLean Model Untuk Mengukur Kesuksesan Aplikasi Akademik Mahasiswa Berbasis Mobile," *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, 5, no. 18, (2021), hlm. 61.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary berdiri pada tahun 2012. FEBI berdiri 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 Lembaga Negara tahun 2013 No. 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, Amir Syamsudin pada lembaga Negara Republik Indonesia 2013 No. 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki empat Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

(FTIK), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) dan satu Prodi Program Pasca Sarjana.

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 humanioral. FEBI merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman meskipun keempat Fakultas sama lahirnya, sebab (tiga) merupakan peningkatan status dari jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 87 tahun 2022, tepat pada tanggal 8 juni 2022 IAIN Padangsidempuan resmi bertransformasi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (syahada), dengan bapak Darwis Harahap, S.Hi, M.S.i sebagai dekan FEBI. Dalam melaksanakan kewajiban dibantu oleh bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si, sebagai wakil dekan bidang akademik dan pengembangan lembaga, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si sebagai wakil dekan bidang administrasi umum perencanaan dan keuangan. Ibu Dr. Hj. Replita, M.si sebagai wakil dekan bidang kemahasiswaan dan kerjasama.

2. Gambaran Umum Responden

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan instrument angket yang dibagikan kepada Mahasiswa FEBI UIN Syahada tahun angkatan 2019. Angket tersebut terdiri dari empat bagian yaitu, variabel Y perilaku konsumtif . Variabel X1 citra merek variabel X2 teman sebaya dan variabel X3 literasi keuangan ,angket dilakukan pada tanggal 20 novenber sampai 28 november 2023. Pembagian angket dilakukan secara langsung yaitu peneliti menjumpai responden secara langsung untuk membagikan angket kepada mahasiswa .

B. Deskriptif Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden yang di lakukan sejak november 2023 kepada Mahasiswa FEBI UIN Syahada tahun angkatan 2019 sebanyak 97 sampel.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ragam latar belakang yang dimiliki responden itu sendiri. Dalam penelitian ini karakteristik responden pada setiap Mahasiswa FEBI UIN Syahada tahun angkatan 2019 Padangsidimpuan. Hasil yang diperoleh yaitu:

- a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.

Tabel IV. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah	Persetase
1	Laki Laki	40	41.24%
2	Perempuan	57	58.76%

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari tabel IV.1 di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan terdapat 40 responden berjenis kelamin laki-laki dan 57 responden berjenis kelamin perempuan, dengan keseluruhan jumlah responden 97 orang.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan jurusan

Berdasarkan pengisian identitas jurusan dalam kuisisioner oleh responden, maka dapat diperoleh data jurusan dari responden sebagai berikut:

Tabel IV. 2 Karakteristik Berdasarkan Jurusan

No	Program studi	Jumlah	Persentase
1	Ekonomi syariah	45	46.39%
2	Perbankan syariah	52	53.61%

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari tabel IV.2 di atas, karakteristik responden berdasarkan Program studi, menunjukkan terdapat 45 responden Program studi ekonomi syariah dan 52 responden program studi perbankan syariah dengan keseluruhan jumlah responden 97 orang.

c. Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat dari data penelitian tersebut dengan hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis membuat pendataan dalam bentuk angket yang terdiri dari 5 pertanyaan untuk variabel Citra Merek (X1), 5 pertanyaan untuk variabel Teman Sebaya (X2), 5 pertanyaan untuk variabel Literasi Keuangan (X3), dan 5 pertanyaan untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y). Angket yang diberikan kepada 97 orang Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan sebagai sampel penelitian yang mana bentuk kuesioner ini adalah angket terbuka dimana setiap item soal langsung terjawab oleh responden.

1. Deskriptif Jawaban Responden Citra Merek (X1)

Berdasarkan kuesioner yang telah di sebar kepada responden maka jawaban responden atas variabel Citra Merek (X1)

- a. Untuk pernyataan 1, mengenai saya sering membeli barang dari brand ternama untuk kebutuhan saya, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang (5,15%), yang menyatakan Netral 28 orang (28,87%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 32 orang (32,99), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 orang (32,99%).
- b. Untuk pernyataan 2. mengenai saya jarang sekali membeli barang yang tidak memiliki brand pada barang tersebut, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang (4,12%), yang menyatakan Netral 44 orang (45,36%), yang menyatakan setuju

- sebanyak 20 orang (20,62%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (29,9%).
- c. Untuk pernyataan 3. Mengenai saya sering membeli barang yang memiliki jaminan atau barang yang bergaransi, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak orang (0%), dan yang menyatakan setuju sebanyak 7 orang (7,22%), yang menyatakan Netral 35 orang (36,08%), yang menyatakan setuju sebanyak 25 orang (25,77), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (30,93%).
- d. Untuk pernyataan 4. Mengenai kualitas barang yang bagus dari brand tertentu sering diminati oleh mahasiswa atau banyak orang, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 orang (9,28%), yang menyatakan Netral 33 orang (34,02%), yang menyatakan setuju sebanyak 28 orang (28,87%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 orang (27,84%).
- e. Untuk pernyataan 5. Mengenai barang yang mewah dari brand terkenal tidak semua mahasiswa atau orang dapat membeli barang tersebut karena harga yang tidak terjangkau, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang (5,15%), yang menyatakan Netral 37 orang (38,14%), yang menyatakan setuju

sebanyak 27 orang (27,84%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (28,87%).

Dari deskripsi jawaban responden untuk variabel Citra merek (X1) diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari mahasiswa lebih memilih untuk menjawab Netral sebagai jawaban tertinggi dengan jumlah sebanyak 177 jawaban yang digambarkan pada 5 pernyataan pada variabel Citra merek (X1) dan jawaban Sangat tidak setuju sebagai jawaban terendah dengan jumlah sebanyak 0 jawaban (tidak ada yang memilih jawaban sangat tidak setuju dari pernyataan pada variabel Citra merek (X1)).

2. Deskriptif Jawaban Responden Teman Sebaya (X2)

Berdasarkan kuesioner yang telah di sebar kepada responden maka jawaban responden atas variabel Teman Sebaya (X2).

- a. Untuk pernyataan 1, mengenai saya tidak selalu membeli barang yang diusulkan teman sebaya, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), dan yang menyatakan setuju sebanyak 4 orang (4,12%), yang menyatakan Netral 41orang (42,27%), yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang (26,8%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang (26,8%).
- b. Untuk pernyataan 2, mengenai saya sering melihat teman saya membeli barang untuk gaya hidup yang berlebihan, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 orang (9,28%), yang

- menyatakan Netral 30 orang (30,93%), yang menyatakan setuju sebanyak 28 orang (28,87%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (30,93%).
- c. Untuk pernyataan 3, mengenai teman saya sering membeli barang yang tidak dibutuhkan dan membuatnya menjadi boros, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak orang 0 (0%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang (2,06%), yang menyatakan Netral 41 orang (42,27%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 25 orang (25,77%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (29,9%).
- d. Untuk pertanyaan 4. Mengenai saya sering meniru teman saya membeli barang yang sesuai kebutuhan yang sama, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (46%), dan yang menyatakan setuju sebanyak 1 orang (1,03%), yang menyatakan Netral 38 orang (39,18%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 26 orang (26,8%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 orang (32,99%).
- e. Untuk pertanyaan 5. Mengenai ketika saya akan membeli barang yang bermanfaat teman saya selalu mendukung saya untuk membeli barang tersebut, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang (10,31%), yang menyatakan Netral 29 orang

(29,9%), yang menyatakan setuju sebanyak 31 Orang (31,96%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 orang (27,84%).

Dari deskripsi jawaban responden untuk variabel Teman sebaya (X2) diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari mahasiswa lebih memilih untuk menjawab Netral sebagai jawaban tertinggi dengan jumlah sebanyak 179 jawaban yang digambarkan pada 5 pernyataan pada variabel Teman sebaya (X2) dan jawaban Sangat tidak setuju sebagai jawaban terendah dengan jumlah sebanyak 0 jawaban (tidak ada yang memilih jawaban sangat tidak setuju dari pernyataan pada variabel Teman sebaya (X2)).

3. Deskriptif Jawaban Responden Literasi keuangan (X3)

Berdasarkan kuesioner yang telah di sebar kepada responden maka jawaban responden atas variabel Literasi Keuangan (X3).

- a. Untuk pernyataan 1, mengenai mahasiswa yang memiliki pengetahuan dasar keuangan yang sangat rendah membuatnya lebih boros dalam membeli barang, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), dan yang menyatakan setuju sebanyak 3 orang (3,09%), yang menyatakan Netral 33 orang (34,02%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 27 orang (27,84%), dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 34 orang (35,05%)

- b. Untuk pernyataan 2, mengenai mahasiswa yang pandai mengelola tabungan pasti bisa mencapai tujuan keuangan, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang (3,09%), yang menyatakan Netral 39 orang (40,21%), yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang (26,8%), dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 29 orang (29,9%).
- c. Untuk pernyataan 3, mengenai kebanyakan mahasiswa mempunyai pinjaman uang demi untuk memenuhi kebutuhan yang kepepet atau kebutuhan yang tidak perlu, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang (1,03%), yang menyatakan Netral 34 orang (35,05%), yang menyatakan setuju sebanyak 32 orang (32,99%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (30,93%).
- d. Untuk pertanyaan 4. Mengenai mahasiswa yang memiliki asuransi kesehatan dapat membuatnya meringankan biaya pengobatan jika sedang mengalami sakit atau hal yang tidak diinginkan terutama yang berada di perantauan atau jauh dari orangtua mereka, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang (2,06%), yang menyatakan Netral 39 orang (40,21%), yang menyatakan

setuju sebanyak 26 orang (26,8%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 30 orang (30,93%)

- e. Untuk pertanyaan 5. Mengenai mahasiswa yang memiliki investasi dapat membuat mahasiswa mengurangi sifat boros dan tidak berperilaku konsumtif, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3,09%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang (1,03%), yang menyatakan Netral 35 orang (36,08%), yang menyatakan setuju sebanyak 27 orang (27,84%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (31,96%).

Dari deskripsi jawaban responden untuk variabel Literasi keuangan (X3) diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari mahasiswa lebih memilih untuk menjawab Netral sebagai jawaban tertinggi dengan jumlah sebanyak 180 jawaban yang digambarkan pada 5 pernyataan pada variabel Literasi keuangan (X3) dan jawaban Sangat tidak setuju sebagai jawaban terendah dengan jumlah sebanyak 3 jawaban yang digambarkan pada 5 pernyataan pada variabel literasi keuangan (X3).

4. Deskriptif Jawaban Responden Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan kuesioner yang telah di sebar kepada responden maka jawaban responden atas variabel Perilaku Konsumtif (Y)

- a. Untuk pertanyaan 1. Mengenai saya sering membeli barang sesuai dengan kebutuhan bukan karena keinginan , responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 0 orang (0%), menyatakan

tidak setuju sebanyak 3 orang (3,09%), dan yang menyatakan Netral sebanyak 39 orang (40,21%), dan yang setuju sebanyak 26 orang (26,8%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (29,9%)

- b. Untuk pertanyaan 2. Mengenai membeli barang yang sangat berlebihan membuat saya semakin boros, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang (1,03%), dan yang menyatakan Netral sebanyak 34 orang (35,05%), dan yang setuju sebanyak 32 orang (32,99%), dan yang mengatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (30,93%).
- c. Untuk pertanyaan 3. Mengenai kemasan barang yang unik dan lucu tidak selalu menjadi alasan saya untuk membeli barang tersebut, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), menyatakan setuju sebanyak 2 orang (2,06%), dan yang menyatakan Netral sebanyak 39 orang (40,21%), dan yang setuju sebanyak 26 orang (26,8%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (30,93%).
- d. Untuk pertanyaan 4. Mengenai saya membeli barang bukan karena ingin menaikkan status sosial dikalangan kampus ataupun masyarakat tetapi saya membeli barang karena yang saya butuhkan, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), menyatakan tidak setuju sebanyak 8 orang (8,25%), dan

yang menyatakan Netral sebanyak 36 orang (37,11%), dan yang setuju sebanyak 24 orang (24,74%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (29,9%).

- e. Untuk pertanyaan 5. Mengenai membeli barang karena ada diskon, promo atau harga yang murah biasanya barang tersebut tidak sepenuhnya saya butuhkan, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,03%), menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang (3,09%), dan yang menyatakan Netral sebanyak 28 orang (28,87%), dan yang setuju sebanyak 36 orang (37,11%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (29,9%).

Dari deskripsi jawaban responden untuk variabel Perilaku konsumtif (Y) diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari mahasiswa lebih memilih untuk menjawab Netral sebagai jawaban tertinggi dengan jumlah sebanyak 176 jawaban yang digambarkan pada 5 pernyataan pada variabel Perilaku konsumtif (Y) dan jawaban Sangat tidak setuju sebagai jawaban terendah dengan jumlah sebanyak 1 jawaban yang digambarkan pada 5 pernyataan pada variabel Perilaku konsumtif (Y).

2. Statistik Deskriptif

Tabel IV. 3 Statistik deskriptif

<i>Variable</i>	<i>No.</i>	<i>Missings</i>	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Standar deviasi</i>
Y.1	0	0	3.835	4.000	0.893
Y.2	1	0	3.938	4.000	0.835
Y.3	2	0	3.866	4.000	0.881
Y.4	3	0	3.763	4.000	0.971

Y.5	4	0	3.918	4.000	0.893
X1.1	5	0	3.938	4.000	0.906
X1.2	6	0	3.763	4.000	0.928
X1.3	7	0	3.804	4.000	0.959
X1.4	8	0	3.753	4.000	0.964
X1.5	9	0	3.804	4.000	0.915
X2.1	10	0	3.763	4.000	0.894
X2.2	11	0	3.784	4.000	0.987
X2.3	12	0	3.835	4.000	0.881
X2.4	13	0	3.866	4.000	0.881
X2.5	14	0	3.753	4.000	0.964
X3.1	15	0	3.948	4.000	0.901
X3.2	16	0	3.835	4.000	0.893
X3.3	17	0	3.938	4.000	0.835
X3.4	18	0	3.866	4.000	0.881
X3.5	19	0	3.804	4.000	0.981

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari tabel data di atas memberikan gambaran data seperti nilai rata-rata, nilai tengah, nilai terendah, nilai tertinggi dan nilai simpangan baku dari varian data yang di teliti baik variabel bebas maupun variable terikat.

C. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisa SEM-PLS dengan proses perhitungannya dibantu program aplikasi *software SmartPLS 4.0*. Analisa *Parsial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika *multivariat* yang melakukan perbandingan antara variabel *dependent* berganda dan variabel *independent* berganda. PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data seperti ukuran sampel penelitian kecil,

adanya data yang hilang (*missing values*) dan multikolinearitas. Evaluasi model *Parsial Least Square* (PLS) dilakukan dengan evaluasi *outer model* dan evaluasi *inner model*.

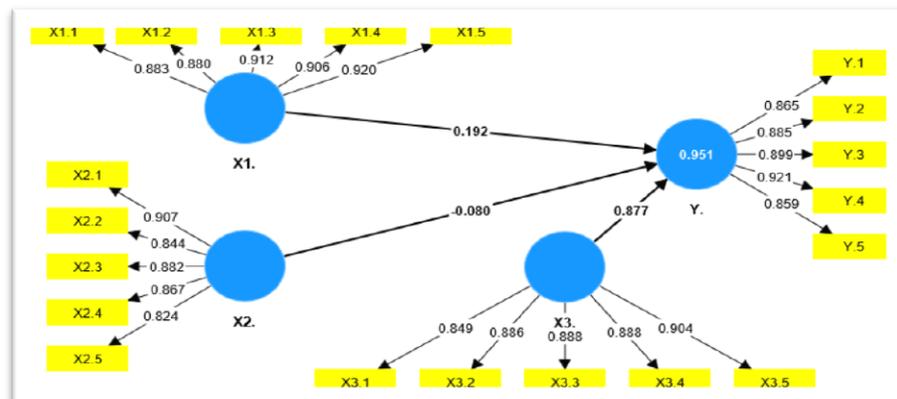
1. Uji Instrumen

Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas yang menggunakan sampel mahasiswa FEBI UIN Syahada, untuk dianalisis validitas dan reliabilitasnya dan hasil analisis tersebut dipergunakan sebagai bahan dalam memperoleh data guna analisis lebih lanjut. pengaruh citra merek, teman sebaya dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dianalisis menggunakan alat analisis *SmartPLS*.

a. Skema Model *Parsial Least Square* (PLS)

Skema yang ada penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan Teknik analisis *Parsial Least Square* (PLS) dengan program *smartPLS* 4.0. berikut ini adalah skema model program PLS yang diajukan :

Gambar IV. 1 Skema Model *Partial Least Square* (PLS)



Sumber : Data diolah *smartPLS 4*

Berdasarkan gambar IV.1 skema model PLS diatas nilai statistik variabel Citra merek (X1) berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif (Y) dengan nilai yang dihasilkan sebesar 0,192. Untuk variabel Teman sebaya (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan nilai yang dihasilkan sebesar 0,080. Dan variabel Literasi keuangan (X3) berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif (Y) dengan nilai yang dihasilkan sebesar 0,877. Nilai-nilai yang dihasilkan dari variabel-variabel tersebut di peroleh dari pengolahan data dengan menggunakan *SmartPLS*.

b. Evaluasi Outer Model dan reabilitas

Evaluasi outer akhir dari penelitian ini menghasilkan variabel citra merek direfleksikan oleh 5 indikator, teman sebaya direfleksikan oleh 5 indikator, literasi keuangan direfleksikan oleh 5 indikator dan perilaku konsumtif direfleksikan oleh 5 indikator. Tahap-tahap dalam analisis *SmartPLS* mengevaluasi model outer reflektif menggunakan 4 kriteria yaitu menguji validitas dan reliabilitas variabel dengan

melihat *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan *Average Variance Extranced (AVE)* pada masing masing variabel. Empat kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) *Convergent validity* : Indikator dianggap *valid* apabila nilai koefisien $> 0,70$. Factor loadings pada penelitian ini semua variabel indikatornya sudah memiliki nilai $> 0,70$. Hal ini berarti indicator dapat dianggap *valid*
 - 2) *Discriminant Validity* : Variabel dikatakan valid apabila *Average Variance Extracted (AVE)* dari masing-masing variabel nilainya $>0,50$
 - 3) *Composite Reliability* : Variabel dikatakan reliable apabila *Coposite Reliability* dari masing-masing variabel nilainya $> 0,70$
 - 4) *Cronbach's Alpha* : Variabel dikatakan reliable apabila *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel nilainya $> 0,70$
- Hasil pengujian adalah sebagai berikut :

1) *Convergent validity*

Untuk menguji *convergent validity* digunakan nilai *outer loading* atau *loading Factor*. Suatu Indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila *outher loadings* $> 0,70$.

Tabel IV. 4 Outer Loadings

	X1.	X2.	X3.	Y.
X1.1	0.883			
X1.2	0.88			
X1.3	0.912			

X1.4	0.906			
X1.5	0.92			
X2.1		0.907		
X2.2		0.844		
X2.3		0.882		
X2.4		0.867		
X2.5		0.824		
X3.1			0.849	
X3.2			0.886	
X3.3			0.888	
X3.4			0.888	
X3.5			0.904	
Y.1				0.865
Y.2				0.885
Y.3				0.899
Y.4				0.921
Y.5				0.859

Sumber : Data diolah *smartPLS* 4

Hasil pengolahan dengan menggunakan *Smart PLS* dapat dilihat pada Tabel IV.4 diatas Nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel ada beberapa indikator yang nilainya $> 0,7$ namun nilainya sudah mendekati nilai loading faktor sehingga masih dapat dikatakan valid, namun jika $< 0,7$ dikatakan tidak valid

2) *Discriminant Validity*

Discriminant Validity dapat diketahui melalui metode *Average Variance Extracted* (AVE) untuk masing-masing indikator memiliki kriteria $> 0,5$ agar dikatakan valid..

Tabel IV. 5 *Discriminant Validity* Metode *Average variance extracted* (AVE)

Variabel	<i>Average variance extracted</i> (AVE)	Keterangan
Perilaku	0.811	Valid

konsumtif (Y)		
Citra merek (X1)	0.749	Valid
Teman sebaya (X2)	0.78	Valid
Literasi keuangan (X3)	0.785	Valid

Sumber : Data diolah *smartPLS 4*

Berdasarkan data pada tabel IV.5 diatas, dapat diketahui bahwa nilai AVE dari variabel perilaku konsumtif $> 0,5$ dengan nilai sebesar 0.811 untuk nilai variabel citra merek $> 0,5$ dengan nilai sebesar 0.749. untuk variabel teman sebaya $> 0,5$ dengan nilai sebesar 0.78, dan nilai variabel literasi keuangan $> 0,5$ dengan nilai sebesar 0.785. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

3) Uji *Composite reliability*

Composite Reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji reliabilitas indikator-indikator variabel. Variabel dapat dikatakan memenuhi *composite reliability* apabila nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel nilainya $> 0,70$. Berikut ini adalah nilai *Composite Reliability* dari masing-masing variabel :

Tabel IV. 6 *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite reliability</i> (rho_a)	<i>Composite reliability</i> (rho_c)	Keterangan
Perilaku	0.943	0.955	<i>Reliable</i>

konsumtif (Y)			
Citra merek (X1)	0.92	0.937	<i>Reliable</i>
Teman sebaya (X2)	0.931	0.947	<i>Reliable</i>
Literasi keuangan (X3)	0.933	0.948	<i>Reliable</i>

Sumber : Data diolah *smartPLS 4*

Berdasarkan data pada tabel IV.6 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Composite Reliability (rho_c)* dan *Composite Reliability (rho_c)* dari seluruh variable memiliki nilai $> 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki *omposite Reliability > 0,7*, menunjukkan bahwa setiap variabel terebut *reliable*..

4) *Cronbach's Alpha*

Uji reliabilitas *Composite Reliability* diatas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach's Alpha > 0,70*. Berikut adalah nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel.

Tabel IV. 7 *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	keterangan
Perilaku konsumtif (Y)	0.942	<i>Reliable</i>
Citra merek (X1)	0.916	<i>Reliable</i>
Teman sebaya (X2)	0.93	<i>Reliable</i>
Literasi keuangan	0.931	<i>Reliable</i>

(X3)		
------	--	--

Sumber : Data diolah *smartPLS 4*

Berdasarkan data pada tabel IV.7 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel Perilaku konsumtif > 0,7 dengan nilai sebesar 0.942, untuk variabel citra merek memiliki nilai > dari 0,7 yaitu 0.916, untuk variabel teman sebaya memiliki nilai > 0,7 yaitu 0.93 dan variabel literasi keuangan memiliki nilai > 0,7 yaitu 0.931 . Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,70, menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut *reliable*

2. Analisis Antar Variabel (*Inner Models*)

Inner model (inner relation. Struktural model, dan substantive theory) menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada teori substansif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *prediktive relevance*, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Perubahan nilai R^2 dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substansif.

Tabel IV. 8 Inner Model

Evaluasi	Kriteria
1. <i>Coefficient Of Determination</i> (R^2)	Baik (0,67), Moderat (0,33), Lemah (0,19),
2. <i>Effect Size</i> (F^2)	Semakin besar F^2 , semakin besar pengaruhnya.

Sumber : Data diolah *smartPLS 4*

Berdasarkan tabel IV.8 yang telah disajikan di atas, maka dapat dijelaskan:

- 1) *Coefficient of determination* (R^2), nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil R^2 sebesar 0,67 (baik), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah)
- 2) *Effect size* (f^2), Pengujian ini untuk memprediksi pengaruh dari variabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam struktur model. Standar pengukuran yaitu 0,02 (kecil), 0,15 (menengah), dan 0,35 (besar)

1) *Coefficient Of Determination*

Tabel IV. 9 Hasil *Coefficient Of Determination*

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Perilaku konsumtif	0.951	0.949

Sumber : Data diolah *smartPLS 4*

Berdasarkan *algoritma* hasil keluaran PLS yang ada pada table di atas dapat di ketahui nilai *R –square* sebesar 0.951 atau 95,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif (Y) dapat dijelaskan oleh variabel konstruk (citra merek, teman sebaya dan literasi keuangan) sebesar 95,1% sedangkan 4,9% , dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini yang tidak terdapat dalam model penelitian.

2) Uji Effect Size (F^2)

Tabel IV. 10 Hasil Uji Effect Size

Keterangan	Perilaku konsumtif
Citra merek (X1)	0.094
Teman sebaya (X2)	0.007
Literasi keuangan (X3)	1.444

Sumber : Data diolah *smartPLS 4*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh pada perilaku konsumtif adalah citra merek dengan koefisien jalur tertinggi sebesar 1.444, berdasarkan tabel tersebut dapat dibentuk persamaan struktural sebagai berikut

$$Y = 0,094 X1 + 0,007 X2 + 1,444 X3 + C$$

Dari persamaan struktural di atas dapat dijelaskan bahwa :

- 1) Nilai citra merek (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar positif 0,094 yang berarti bahwa setiap kenaikan pengendalian sebesar satu satuan maka variabel perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 0,094 dengan asumsi variabel lain dalam model adalah tetap atau konstan.
- 2) Nilai teman sebaya (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar positif 0,007 yang berarti setiap kenaikan pengendalian sebesar satu satuan maka variabel perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 0,007 dengan asumsi variabel lain dalam model adalah tetap atau konstan

- 3) Nilai literasi keuangan (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar positif 1,444 yang berarti setiap kenaikan pengendalian sebesar satu satuan maka variabel perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 1,444 dengan asumsi variabel lain dalam model adalah tetap atau konstan.

3. Uji Hipotesis

Tabel IV. 11 Hasil uji hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
X1. -> Y.	0.192	0.188	0.109	1.758	0.079
X2. -> Y.	-0.08	-0.067	0.138	0.579	0.563
X3. -> Y.	0.877	0.869	0.089	9.893	0

Sumber : Data diolah *smartPLS 4*

- a. Variabel citra merek (X1) memiliki nilai *path analysis* sebesar positif 0.079 dan nilai *p-value* sebesar $0,0 < 0,1$ maka kunci variabel citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y)
- b. Variabel teman sebaya (X2) memiliki nilai *path analysis* sebesar positif 0.563 dan nilai *p-value* sebesar $0,0 < 0,1$ maka kunci variabel teman sebaya berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y)
- c. Variabel literasi keuangan (X3) memiliki nilai *path analysis* sebesar positif 0,00 dan nilai *p-value* sebesar $0,0 < 0,1$ maka kunci variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y)

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif .

Menurut setiadi yaitu citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek akan lebih memungkinkan melakukan pembelian.¹

Berdasarkan pengujian yang dilakukan mahasiswa Nim 19 FEBI untuk memberikan hasil mengenai perilaku atribut produk, keuntungan konsumen dan kepribadian menunjukkan bahwa Variabel citra merek (X1) memiliki nilai *path analysis* sebesar positif 0.079 dan nilai *p-value* sebesar $0,0 < 0,1$ maka kunci variabel citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y)

Penelitian Farahdilla emia dan Ravil Marwan menunjukkan bahwa merumuskan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan iklan shopee di televisi dan citra merek terhadap perilaku konsumtif di kalangan remaja Kota Tangerang Selatan, dengan kata lain terpaan iklan dapat memengaruhi pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian tidak rasional yang merupakan faktor dari perilaku konsumtif. Sedangkan uji F, terpaan iklan secara parsial hanya variabel intensitas menonton saja yang berpengaruh positif dan signifikan. kedua variabel secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa,

¹Dedeh Kurniasih, *Kepuasan Konsumen* (Banten: bintang sembilan visitama, 2021), hlm 20.

Korelasi Determinasi menunjukkan tingkat pengaruh yang cukup erat pada terpaan iklan 66,2% terhadap perilaku konsumtif sedangkan sisanya sebanyak 33,8% dipengaruhi oleh variabel lain.²

2. Teman sebaya berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Sofiyani menemukan bahwa terdapat hubungan positif yang bermakna antara kelekatan teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada remaja perempuan yang berarti semakin tinggi kelekatan teman sebaya maka semakin konsumtif pada remaja perempuan, namun hasil yang berbeda pada remaja laki-laki yaitu tidak terdapat hubungan antara kelekatan teman sebaya dengan perilaku konsumtif.³

Berdasarkan pengujian teman sebaya yang dilakukan oleh mahasiswa FEBI memberikan hasil atas interaksi sosial, kebiasaan yang dilakukan, keinginan, sikap solidaritas dan dorongan teman sebaya didapat hasil bahwa Variabel teman sebaya (X2) memiliki nilai *path analysis* sebesar 0.563 dan nilai *p-value* sebesar $0,0 < 0,1$ maka kunci variabel teman sebaya berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) karena nilai original sampel pada teman sebaya bernilai negatif dan dikatakan tidak signifikan karna *p-value* teman sebaya di luar dari yang seharusnya

²Faradilla Emia M Ravil Marwan, "Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Dan Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kota Tengerang Selatan," *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* Volume 7, No. 2 (Desember 2019): hlm 52., [Http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Kreatif](http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Kreatif).

³Herlina Putri Rusiana, Dkk., *Pendidikan Teman Sebaya* (Pekalongan: Pt. Nasya Expanding Management, 2021), hlm 64., [Www.Penerbitnem.Online](http://www.penerbitnem.online).

Penelitian Patma Sari Berdasarkan jawaban yang diperoleh dari responden dalam pembahasan penelitian beliau, data yang disajikan adalah data yang diperoleh melalui angket, yaitu mengenai variabel yang dikaji yaitu pengaruh teman sebaya dengan perilaku siswa jadi masing-masing responden mempunyai total skor untuk variabel tersebut. Dari hasil observasi dan wawancara, teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku siswa baik dari segi positif maupun negatif. Dari segi positif, siswa dapat meningkatkan percaya diri (PD) dalam melakukan sesuatu baik di lingkungan sekolah maupun di lingkungan masyarakat dan siswa dapat belajar tentang kejujuran, keadilan, kerja sama, dan tanggung jawab, dalam kehidupan sehari-harinya, sehingga dapat menjadi manusia yang baik. Dari segi negatif, siswa biasa di ajak bolos jika guru yang tidak disenaginya masuk mengajar, dan siswa kadang-kadang tidak mengerjakan tugas karena lebih banyak mengahabiskan waktunya bersama temannya⁴

3. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Gallardo dan libot mengartikan literasi keuangan merupakan kombinasi antara kesadaran dan pengetahuan bisnis dan keuangan, kemampuan keuangan, manajemen keuangan, dan perencanaan keuangan. Literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan, produk dan jasa keuangan, dan untuk

⁴ Patmasari, *Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Siswa Sdn 68 Cangadi Ii Kecamatan Liriaja Kabupaten Soppeng* (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), hlm.54.

mengendalikan sumber daya keuangan pribadi secara mandiri. dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berfokus pada pengetahuan, kemampuan, dan sikap keuangan terhadap finansial individu untuk dikelola dengan baik dan mandiri.⁵

Berdasarkan Literasi keuangan yang dilakukan oleh mahasiswa FEBI memberikan hasil atas indikator pengetahuan dasar, tabungan, pinjaman asuransi dan investasi didapat hasil bahwa Variabel Literasi keuangan (X3) memiliki nilai *path analysis* sebesar positif 0 dan nilai *p-value* sebesar $0,0 < 0,1$ maka kunci variabel teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y)

Penelitian Adibah Yahya menunjukkan bahwa dari Uji model mendapatkan nilai Fhitung adalah 5,79 dengan tingkat signifikansi 0,02 pada tabel 5 karena fhitung (5,79) > ftabel (2,8) dan tingkat signifikannya $0,02 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel independen (literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan elektronik *money*) secara serempak signifikan terhadap perilaku konsumtif.⁶

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun dengan sedemikian rupa agar hasil yang didapatkan memuaskan bagi peneliti dan calon pembaca kelak. Layaknya manusia biasa lainnya peneliti memiliki beberapa keterbatasan dalam proses penyusunan penelitian ini.

⁵Hadi Ismanto, Dkk, *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2019), hlm 96.

⁶Adibah Yahya, "Yahya, Adibah. 'Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa.' *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23.1 (2021): 37.," t.t., hlm 56.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pada pembahasan dan analisis data mengenai Determinan Perilaku konsumtif mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Syek Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidempuan yang dilakukan oleh peneliti jenis data kuantitatif dengan cara menyebar angket menggunakan metode analisis yang digunakan yaitu, analisis data dengan PLS SEM maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel citra merek (X1) memiliki nilai *path analysis* sebesar positif 0.079 dan nilai *p-value* sebesar $0,0 < 0,1$ maka kunci variabel citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y)
2. Variabel teman sebaya (X2) memiliki nilai *path analysis* sebesar 0.563 dan nilai *p-value* sebesar $0,0 < 0,1$ maka kunci variabel teman sebaya berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) karena nilai original sampel pada teman sebaya bernilai negative dan dikatakan tidak signifikan karena *p-value* teman sebaya di luar dari yang seharusnya.
3. Variabel literasi keuangan (X3) memiliki nilai *path analysis* sebesar positif 0 dan nilai *p-value* sebesar $0,0 < 0,1$ maka kunci variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

B. Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi penelitian adalah konsekuensi atau dampak langsung atas temuan yang telah dihasilkan dari suatu penelitian dan juga merupakan suatu kesimpulan akhir dari penelitian. Melalui implikasi penelitian, diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya dan dapat dijadikan sebagai perbandingan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan variabel dalam penelitian dapat diimplikasikan sebagai berikut:

1. Mahasiswa diharapkan tidak membeli barang yang sudah dimiliki dari pengaruh merek barang yang berbeda-beda tetapi mempunyai fungsi yang sama. Ketika akan membeli barang yang sudah dimiliki atau membeli barang hanya untuk koleksi, mahasiswa dapat memikirkan kerugian dari membeli barang tersebut dan keuntungan yang diperoleh ketika tidak membeli barang tersebut.
2. Mahasiswa sangat identik dengan mahasiswa lainnya sebagai sesama teman seperjuangan untuk mencapai satu tujuan. Oleh karena itu, mahasiswa harus pandai-pandai dalam memilih teman. Karena teman yang baik adalah teman yang bisa menuntun kita dalam kebaikan. Zaman yang semakin berkembang membuat gaya hidup yang semakin tinggi. Mahasiswa disarankan dapat mencari kegiatan positif untuk mengisi waktu luang dan lebih mempertimbangkan ketika akan membeli suatu barang, tidak berdasarkan perasaan ingin atau tertarik dengan gaya hidup orang lain (teman sebaya) nya saja melainkan merupakan kebutuhan. Mahasiswa dapat mengikuti organisasi, kepanitiaan atau kegiatan positif

lainnya, dengan demikian waktu yang dimiliki untuk melihat barang di situs belanja online akan lebih sedikit dan dapat mengurangi keinginan untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan.

3. Mahasiswa harus memiliki pengetahuan mengenai literasi keuangan dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari untuk dapat mengelola keuangannya dengan baik dan hanya menggunakan untuk keperluan yang dibutuhkan saja. Untuk dapat mengelola keuangan dengan baik bisa dilakukan dengan membuat pencatatan pengeluaran sehari-hari agar pengeluaran dapat terkontrol dan tidak membeli barang hanya karena keinginan atau kesenangan saja. Kemudian, mahasiswa disarankan memahami dan belajar untuk berinvestasi karena dengan berinvestasi yang tepat dapat menguntungkan mahasiswa di masa sekarang dan masa mendatang.

4. Perkembangan Penelitian Lanjutan:

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan dalam bidang ini, termasuk penelitian yang lebih mendalam tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswa serta implikasi sosial dan ekonomi lebih lanjut dari tindakan tersebut.

C. Saran

Berdasarkan simpulan peneliti di atas adapun beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel-

variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif selain dari variabel pada penelitian ini untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, Suri, Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No.1, Mei 2017.
- Anggraini, Ranti Tri, dan Fauzan Heru Santhoso. "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja." *Gajah Mada Journal of Psychology (gamajop)* 3, no. 3 (12 Maret 2019): 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>.
- Arsip Akademik, Kemahasiswaan Dan Alumni FEBI," *n.d.* diakses pada 23-juni-2023.
- Burhan Bungin, metode penelitian kualitatif (Jakarta: kencana,2017).
- Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Grammedia Pustaka Utama, 2008).
- Dikria, Okky, and Sri Umi Mintarti. 'Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2013.' *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 9.2 (2016),.
- Edi Warsidi, *Perilaku Konsumtif Merusakkan Karakter Bangsa*, Jakarta Timur:Cv Rizky Aditya, 2021.
- Ernawati, hermailini & Sulistiyowati. "Penerapan delone and mclean Model untuk Mengukur Kesuksesan Aplikasi Akademik Mahasiswa Berbasis Mobile." *IKRA-ITH Informatika* 5, no. 18 (2021).
- Emia, Faradilla, dan Marwan, M Ravil, "Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Dan Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kota Tengerang Selatan," *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* Volume 7, No. 2 (Desember 2019): hlm 52., [Http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Kreatif](http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Kreatif).
- eva sri wenny, pengaruh tingkat pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri padangsidempuan, Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2016.

- Ghozali, Imam, *Struktural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 4th ed, (Semarang: Badan Penelitian Universitas Depongoro, 2014).
- Ghozali, Imam. "Grand Theory, 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis," 32. Semarang: Yoga Pratama, 2020.
- . *Struktural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. 4 ed. Semarang: Badan Penelitian Universitas Depongoro, 2014.
- Hermawan, Iwan, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan Mixed Method* (Kuningan: Hidayatul Quran, 2019).
- Iman supriadi, *metode riset akuntansi* (yogyakarta : deepublish 2020) .
- Ismanto, Hadi Dkk, *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2019), hlm 96.
- Khoirunnas, 'Pola Konsumtif Maahasiswa di Kota Pekanbaru', dalam Jurnal JOM FISIP, Volume, 4, Nomor. 1. Februari 2017.
- Kurniasih, Dedeh , *Kepuasan Konsumen* (Banten: bintang sembilan visitama, 2021).
- Kurniati, 'Teori Perilaku Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam', dalam Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Volume 6, Nomor. 1, Juni 2016.
- Kurniawan, Chandra, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa, *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 13, No. 4, Januari 2017.
- Kurniawan, Yusuf "Peran Teman Sebaya Dalam Pembentukan Karakter Siswa MTs (Madrasah Tsanawiyah)," *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 14, no. 2 (December 29, 2017), hlm. 5
<https://doi.org/10.21831/socia.v14i2.17641>
- Laila Meliyandri, *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja* (Jakarta: NEM, 2021).
- Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny Ranny, dan Desi Herlina. "Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (30 Juli 2017). <https://doi.org/10.29210/3003210000>.
- Magdalena Dkk, *Metode Penelitian* (Bengkulu: Penerbit Buku Literasiologi, 2021),.

- M. Agus Wahyudi. "Analisis perilaku konsumtif mahasiswa ditinjau dari motif pembelian makanan dan produk fashion secara online." *Journal of multidisciplinary studies* 5 No. 2 (Desember 2021).
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)*, (Jakarta: Pt Raja Gopindo Persada,2012).
- Masyhuri Machfudz dan M. Nurhadi Sujoni, *Teori Ekonomi Makro* (Malang: UIN Maliki Press, 2012).
- Mujahidah, A. Nooriah, *Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya*, Skripsi Universitas Negeri Makassar, 2020.
- Musyaffi, Ayatulloh Michael, Hera Khairunnisa, dan Dwi Kismayanti Respati. *Konsep Dasar Struktural Equation Model - Partial Least Square SEM-PLS Menggunakan smartpls*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021.
- Nuju saputri simatupang, *Analisis pengaruh transaksi nontunai terhadap perilaku konsumtif (Studi pada mahasiswa Febi IAIN Padangsidempuan)*, Skripsi IAIN padangsidempuan, 2022.
- Nurfian. S Febriani, *Prilaku Konsumen di Era Digital* (Jakarta: UB Press, 2019).
- Q.s al- a'raf 7/31
- Patmasari, *Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Siswa Sdn 68 Cangadi Ii Kecamatan Liriaja Kabupaten Soppeng* (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017).
- Pulungan, Delyana Rahmawani, *Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*, dalam *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol 2, Nomor. 3, 2018.
- Rasyid, Arbanur. "perilaku konsumtif dalam perspektif agama islam" 5, no. 2 (2019).
- Rusiana, Herlina Putri Dkk., *Pendidikan Teman Sebaya* (Pekalongan: Pt. Nasya Expanding Management, 2021).
- Sugiharsonon dan Daru Wahyuni, *Dasar-Dasar Ekonomi* (Depok: Rajawali Pers, 2019),.
- Sugiharti, harpa. "*pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.*" Universitas Islam Indonesia yogyakarta, 2018.

- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Sumar'in, Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).
- Sumartono, Dalam Buku Laila Meliyandrie Wardan Dan Ritia Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*, (Jakarta: NEM, 2021
- Syaparuddin, *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*, (Yogyakarta: 2021).
- Tiya Waryanti, Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Memiliki Usaha dan Tidak Memiliki Usaha, Skripsi Iain Metro, 2020.
- Wahidah, Nurul. "*program studi pendidikan ekonomi jurusan pendidikan ilmu pengetahuan sosial fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas tanjungpura pontianak* 2013.
- Watung R. Sjeddie, MAP Literasi ekonomi dan Modernitas terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa. (CV. Bintang semesta media, 2022).
- Yahya, Adibah. "*Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa.*" *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23, no. 1 (29 Mei 2021): 37. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>.
- Yanti, Yuli "*Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, Dan Teman Sebaya Terhadap Kedisiplinan Siswa,*" 2017.
- Yulianto, Agus, "*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Jasa Lembaga Keuangan Syariah,*" *Universitas Islam Indonesia* (yogyakarta, 2018).
- Yuliawan, Kristia , "*Pelatihan Smartpls 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif,*" *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, No. 1 (2021).

CURRICULUM VITAE

(Data Riwayat Hidup)

DATA DIRI

Nama : Dian Nur Fadila
Nim : 19 402 00108
Tempat/Tanggal Lahir : Hapesong lama, 05 April 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak ke : 1 dari 3 bersaudara
Alamat : Hapesong lama
Agama : Islam

DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Sumadi
Pekerjaan : Karyawan PTPN III Perkebunan Hapesong
Nama Ibu : Nuraini
Pekerjaan : -

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2018-2013 : SDN Perkebunan Sigala-gala
Tahun 2014-2016 : SMPN 1 Batangtoru
Tahun 2017-2019 : SMA 1 Batangtoru
Tahun 2019-2023 : Program Sarjana (Stara-1) Ekonomi Syariah UIN
SYAHADA Padangsidempuan

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PERILAKU KONSUMTIF (Y)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/I memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/I dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

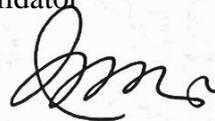
Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Mengutamakan membeli barang karena keinginan dari pada kebutuhan	1			
Membeli barang secara berlebihan	2			
Membeli barang karena kemasan unik, lucu dan menarik	3			
Membelikan barang untuk menaikkan status sosial	4			
Membeli barang karena diskon dan bonus yang ditawarkan	5			

7. Catatan:

.....
.....

Padangsidempuan, November 2023

Validator



Aliman Syahuri, Zein M.E.I
NIDN. 2028048201

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET CITRA MEREK (X₁)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/I memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/I dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Atribut Produk	1 dan 2			
Keuntungan konsumen	3			
Kepribadian merek	4 dan 5			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, November 2023
Validator



Aliman Syahuri, Zein M.E.I
NIDN. 2028048201

LEMBAR VALIDASI

ANGKET TEMAN SEBAYA (X₂)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/I memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/I dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Interaksi sosial yang dilakukan	1			
Kebiasaan yang dilakukan teman sebaya	2			
Keinginan meniru	3			
Sikap solidaritas	4			
Dorongan dan dukungan teman sebaya	5			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, November 2023
Validator



Aliman Syahuri, Zein M.E.I
NIDN. 2028048201

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET LITERASI KEUANGAN (X₃)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/I memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/I dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Pengetahuan dasar keuangan	1			
Tabungan	2			
Pinjaman	3			
Asuransi	4			
Investasi	5			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, November 2023
Validator



Aliman Syahuri, Zein M.E.I
NIDN. 2028048201

ANGKET PENELITIAN
DETERMINAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI UIN
SYAHADA PADANGSIDIMPUAN

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Nim :
3. Jurusan :
4. Angkatan :

B. Daftar Pernyataan:

1. Angket Perilaku Konsumtif (Y)

Instruksi: Silakan berikan penilaian Anda dengan memilih salah satu angka pada skala 1 hingga 5. Skala 1 menunjukkan minat yang sangat rendah, sedangkan skala 5 menunjukkan minat yang sangat tinggi.

1. Saya sering membeli barang sesuai dengan kebutuhan bukan karena keinginan saya
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: Tidak setuju
 - 3: Netral
 - 4: setuju
 - 5: Sangat setuju

2. Membeli barang yang sangat berlebihan membuat saya semakin boros
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: tidak setuju
 - 3: Netral
 - 4: setuju
 - 5: Sangat setuju

3. Kemasan barang yang unik dan lucu tidak selalu menjadi alasan saya untuk membeli barang tersebut
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: Tidak setuju
 - 3: Netral
 - 4: setuju

- 5: Sangat setuju
- 4. Saya membeli barang bukan karena ingin menaikkan status sosial dikalangan kampus ataupun masyarakat tetapi saya membeli barang karena yang saya butuhkan
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: Tidak setuju
 - 3: Netral
 - 4: setuju
 - 5: Sangat setuju
- 5. Membeli barang karena ada diskon, promo atau harga yang murah biasanya barang tersebut tidak sepenuhnya saya butuhkan
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: Tidak setuju
 - 3: Netral
 - 4: Setuju
 - 5: Sangat setuju

2. Angket Citra Merek(X₁)

Instruksi: Silakan berikan penilaian Anda dengan memilih salah satu angka pada skala 1 hingga 5. Skala 1 menunjukkan persepsi kemudahan yang sangat rendah, sedangkan skala 5 menunjukkan persepsi kemudahan yang sangat tinggi.

- 1. Saya sering tertarik untuk membeli barang dari brand ternama untuk kebutuhan saya
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: tidak setuju
 - 3: netral
 - 4: setuju
 - 5: Sangat setuju
- 2. Saya jarang sekali membeli barang yang tidak memiliki brand pada barang tersebut
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: tidak setuju
 - 3: netral
 - 4: setuju
 - 5: Sangat setuju

3. Saya sering membeli barang yang memiliki jaminan atau barang yang bergaransi

- 1: Sangat tidak setuju
- 2: Tidak setuju
- 3: netral
- 4: setuju
- 5: Sangat setuju

4. Kualitas barang yang bagus dari brand tertentu sering diminati oleh mahasiswa atau banyak orang

- 1: Sangat tidak setuju
- 2: tidak setuju
- 3: netral
- 4: setuju
- 5: Sangat setuju

5. Barang yang mewah dari brand terkenal tidak semua mahasiswa atau orang dapat membeli barang tersebut karena harga yang tidak terjangkau

- 1: Sangat tidak setuju
- 2: tidak setuju
- 3: netral
- 4: setuju
- 5: Sangat setuju

3. Angket Teman Sebaya(X₂)

Instruksi: Silakan berikan penilaian Anda dengan memilih salah satu angka pada skala 1 hingga 5. Skala 1 menunjukkan persepsi manfaat yang sangat rendah, sedangkan skala 5 menunjukkan persepsi manfaat yang sangat tinggi.

1. Saya tidak selalu membeli barang yang diusulkan teman saya

- 1: Sangat tidak setuju
- 2: tidak setuju
- 3: netral
- 4: setuju
- 5: Sangat setuju

2. Saya sering melihat teman saya membeli barang untuk gaya hidup yang berlebihan

- 1: Sangat tidak setuju
- 2: tidak setuju
- 3: netral
- 4: setuju
- 5: Sangat setuju

3. Teman saya sering membeli barang yang tidak dibutuhkan dan membuatnya menjadi boros

- 1: Sangat tidak setuju
- 2: tidak setuju
- 3: Netral
- 4: Setuju
- 5: Sangat setuju

4. Saya sering meniru teman saya membeli barang yang sesuai kebutuhan yang sama

- 1: Sangat tidak setuju
- 2: tidak setuju
- 3: Netral
- 4: Setuju
- 5: Sangat setuju

5. Ketika saya akan membeli barang yang bermanfaat teman saya selalu mendukung saya untuk membeli barang tersebut

- 1: Sangat tidak setuju
- 2: tidak setuju
- 3: Netral
- 4: Setuju
- 5: Sangat setuju

4. Angket Literasi Keuangan (X₃)

Instruksi: Silakan berikan penilaian Anda dengan memilih salah satu angka pada skala 1 hingga 5. Skala 1 menunjukkan keyakinan agama yang sangat rendah, sedangkan skala 5 menunjukkan keyakinan agama yang sangat tinggi.

1. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan dasar keuangan yang rendah membuatnya lebih boros dalam membeli barang
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: tidak setuju
 - 3: netral
 - 4: setuju
 - 5: Sangat setuju
2. Mahasiswa yang pandai mengelola tabungan pasti bisa mencapai tujuan keuangan
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: tidak setuju
 - 3: Netral
 - 4: Setuju
 - 5: Sangat Setuju
3. Kebanyakan mahasiswa mempunyai pinjaman uang demi untuk memenuhi kebutuhan yang kepepet atau kebutuhan yang tidak perlu
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: tidak setuju
 - 3: Netral
 - 4: setuju
 - 5: Sangat setuju
4. Mahasiswa yang memiliki asuransi kesehatan dapat membantunya meringankan biaya pengobatan jika sedang mengalami sakit atau hal yang tidak diinginkan terutama yang berada diperantauan atau jauh dari orangtua mereka
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: Tidak setuju
 - 3: Netral
 - 4: Setuju
 - 5: Sangat setuju
5. Mahasiswa yang memiliki investasi dapat membuat mahasiswa mengurangi sifat boros dan tidak berperilaku konsumtif
 - 1: Sangat tidak setuju
 - 2: tidak setuju
 - 3: Netral
 - 4: setuju
 - 5: Sangat setuju

LAMPIRAN DOKUMENTASI



Dokumentasi Angket Kepada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan



Dokumentasi Angket Kepada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan



Dokumentasi Angket Kepada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan



Dokumentasi Angket Kepada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan



Dokumentasi Angket Kepada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan



Dokumentasi Angket Kepada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan

Statistik deskriptif

Name	No.	Missings	Mean	Median	Standar deviasi
Y.1	0	0	3.835	4.000	0.893
Y.2	1	0	3.938	4.000	0.835
Y.3	2	0	3.866	4.000	0.881
Y.4	3	0	3.763	4.000	0.971
Y.5	4	0	3.918	4.000	0.893
X1.1	5	0	3.938	4.000	0.906
X1.2	6	0	3.763	4.000	0.928
X1.3	7	0	3.804	4.000	0.959
X1.4	8	0	3.753	4.000	0.964
X1.5	9	0	3.804	4.000	0.915
X2.1	10	0	3.763	4.000	0.894
X2.2	11	0	3.784	4.000	0.987
X2.3	12	0	3.835	4.000	0.881
X2.4	13	0	3.866	4.000	0.881
X2.5	14	0	3.753	4.000	0.964
X3.1	15	0	3.948	4.000	0.901
X3.2	16	0	3.835	4.000	0.893
X3.3	17	0	3.938	4.000	0.835
X3.4	18	0	3.866	4.000	0.881
X3.5	19	0	3.804	4.000	0.981

Outer Loadings

	X1.	X2.	X3.	Y.
X1.1	0.883			
X1.2	0.88			
X1.3	0.912			
X1.4	0.906			
X1.5	0.92			
X2.1		0.907		
X2.2		0.844		
X2.3		0.882		
X2.4		0.867		
X2.5		0.824		
X3.1			0.849	
X3.2			0.886	
X3.3			0.888	
X3.4			0.888	
X3.5			0.904	
Y.1				0.865
Y.2				0.885
Y.3				0.899
Y.4				0.921
Y.5				0.859

Discriminant Validity Metode Average variance extracted (AVE)

Variabel	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	Keterangan
Perilaku konsumtif (Y)	0.811	Valid
Citra merek (X1)	0.749	Valid
Teman sebaya (X2)	0.78	Valid
Literasi keuangan (X3)	0.785	Valid

Composite Reliability

Variabel	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Keterangan
Perilaku konsumtif (Y)	0.943	0.955	<i>Reliable</i>
Citra merek (X1)	0.92	0.937	<i>Reliable</i>
Teman sebaya (X2)	0.931	0.947	<i>Reliable</i>
Literasi keuangan (X3)	0.933	0.948	<i>Reliable</i>

Cronbach's Alpha

Variable	Cronbach's alpha	keterangan
Perilaku konsumtif (Y)	0.942	<i>Reliable</i>
Citra merek (X1)	0.916	<i>Reliable</i>
Teman sebaya (X2)	0.93	<i>Reliable</i>
Literasi keuangan (X3)	0.931	<i>Reliable</i>

Hasil Coefficient Of Determination

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Perilaku konsumtif	0.951	0.949

Hasil Uji *Effect Size*

Keterangan	Perilaku konsumtif
Citra merek (X1)	0.094
Teman sebaya (X2)	0.007
Literasi keuangan (X3)	1.444

Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
X1. -> Y.	0.192	0.188	0.109	1.758	0.079
X2. -> Y.	-0.08	-0.067	0.138	0.579	0.563
X3. -> Y.	0.877	0.869	0.089	9.893	0



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 : B-4722/Un.28/G.1/G.4c/PP.00.04/09/2023
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Permohonan Izin Penelitian

11 September 2023

Yth: Sdr. Dian Nur Fadila

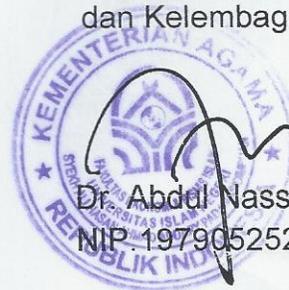
Dengan hormat, menindaklanjuti surat permohonan Saudari pada tanggal 7 September 2023 dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan memberikan izin penelitian kepada:

Nama : Dian Nur Fadila
NIM : 1940200108
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Untuk penyelesaian skripsi di UIN Syekh Ali Hasan Ahmada Addary Padangsidempuan dengan judul **“Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan”**.

Demikian surat ini disampaikan, untuk dapat dipergunakan semestinya.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525200604 1 004

Tembusan:

1. 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 : 5863 Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/11/2023 03 November 2023
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Surat Keterangan Selesai Riset

Yang bertanda tangan dibawah ini;

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

Menerangkan bahwa;

Nama : Dian Nur Fadila
NIM : 1940200108
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 5 Oktober 2023 s.d 25 Oktober 2023 dengan judul "**Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan**".

Demikian disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525200604 1 004

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
UPT. BAHASA**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4.5 Sihitang Kode Pos 22733
Telepon. 0634.22080 Faximile 0634 24022
Website : <https://www.uinsyahada.ac.id>

SURAT KETERANGAN VALIDASI
B- 04 /Un.28/J.2/PP.00.9/01/2024

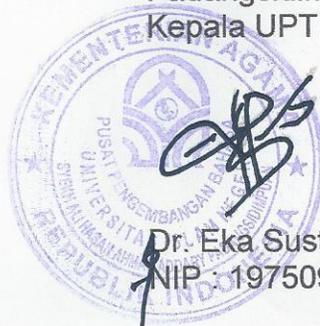
Kepala Unit Pelaksana Teknis Bahasa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dengan ini menerangkan bahwa abstraksi mahasiswa :

Nama : Dian Nur Fadila
NIM : 19 402 00108
Program Studi : Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan
Judul Skripsi : Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI
UIN Syahada Padangsidimpuan

Telah **divalidasi** dan dinyatakan telah selesai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padangsidimpuan, 09 Januari 2024
Kepala UPT. Bahasa,



Dr. Eka Sustris Harida, M.Pd
NIP : 19750917 200312 2 002