

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *FINANCIAL LITERACY*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING**



SKRIPSI

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

Oleh

MEI SHARA HASIBUAN

NIM : 20 402 00032

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *FINANCIAL LITERACY*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING**



SKRIPSI

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

Oleh

MEI SHARA HASIBUAN

NIM : 20 402 00032

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *FINANCIAL LITERACY*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam bidang Ekonomi Syariah*

Oleh


**MEI SHARA HASIBUAN
NIM 20 402 00032**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I


**Delima Sari Lubis, MA
NIDN. 2012058401**

PEMBIMBING II


**Damri Batubara, MA
NIDN. 2019108602**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

Hal: Skripsi
An. Mei Shara Hasibuan

Padangsidempuan, 29 Mei 2024
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. Mei Shara Hasibuan yang berjudul “**Pengaruh *Lifestyle* dan *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating**”, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawab-kan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I,



Delima Sari Lubis, MA

NIDN : 2012058401

PEMBIMBING II,



Damri Batubara, MA

NIDN: 2019108602

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Mei Shara Hasibuan
NIM : 2040200032
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle* dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023.

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 2 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 29 Mei 2024

Saya yang Menyatakan,



Mei Shara Hasibuan
NIM.2040200032

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 di bawah ini:

Nama : Mei Shara Hasibuan
NIM : 2040200032
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas/ Pascasarjana : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalty Noneklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh *Lifestyle* dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Religiustas Sebagai Variabel Moderating”**. Dengan Hak Bebas Royalty Noneklusif 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 : 29 Mei 2024

Saya yang Menyatakan,



Mei Shara Hasibuan
NIM.2040200032



**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, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Mei Shara Hasibuan
NIM : 20 402 00032
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle* dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating

Ketua

**Delima Sari Lubis, MA
NIDN. 2012058401**

Sekretaris

**Damri Batubara, MA
NIDN. 2019108602**

Anggota

**Delima Sari Lubis, MA
NIDN. 2012058401**

**Damri Batubara, MA
NIDN. 2019108602**

**Aliman Syahuri Zein, MEI
NIDN. 2028048201**

**Samsuddin Muhammad, M.Si
NIDN. 0105128603**

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/20 Juni 2024
Pukul : 11.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/74,75 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3.73
Predikat : Sangat Memuaskan



**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, Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

NAMA : **MEI SHARA HASIBUAN**
NIM : **20 402 00032**

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Padangsidimpuan, 8 Juli 2024



Harahap, S.H.I, M.Si
18 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Mei Shara Hasibuan

NIM : 204020032

Judul : Pengaruh *Lifestyle* dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating

*Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena yang ada, dimana masyarakat kecamatan Padangsidempuan Utara khususnya Gen-Z kurang terkontrol dalam membelanjakan uangnya sehingga timbul perilaku konsumtif yang berlebihan. Gaya hidup konsumtif terlihat pada kebiasaan mereka yang selalu berbelanja dengan jumlah yang banyak, harga yang cukup mahal, dan kebiasaan nongkrong untuk memenuhi gaya hidup teman. Faktor gengsi dan ingin berusaha mengikuti trend yang sedang beredar menjadi alasan Gen-Z memiliki perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Model (SEM) dan alternatif Partial Least Square (PLS). Populasi penelitian adalah masyarakat Kota Padangsidempuan Utara khususnya Gen-Z. Sampel pada penelitian ini sebanyak 98 orang dengan menggunakan rumus slovin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Gen-Z di kecamatan Padangsidempuan Utara (2) *Financial Literacy* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Gen-Z di kecamatan Padangsidempuan Utara (3) Religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Gen-Z di kecamatan Padangsidempuan (4) Religiusitas memoderasi pengaruh *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif Gen-Z di kecamatan Padangsidempuan Utara. (5) religiusitas tidak memoderasi pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif Gen-Z di kecamatan Padangsidempuan Utara. Maka dari hasil tersebut Variabel *lifestyle* (X1) dan *Financial Literacy* (X2) memiliki pengaruh sebanyak 46,8% terhadap perilaku konsumtif Gen-Z di kecamatan Padangsidempuan Utara. Dan masih ada sebanyak 53,2% faktor-faktor lain diluar variabel yang belum dapat dijelaskan oleh peneliti*

Kata kunci: Konsumtif, Lifestyle, Financial Literacy

ABSTRACT

Name : Mei Shara Hasibuan
Student ID : 204020032
Title : The Influence of Lifestyle and Financial Literacy on Consumer Behavior with Religiosity as a Moderating Variable

This research is motivated by existing phenomena, where the community of North Padangsidimpuan district, especially Gen-Z, is poorly controlled in spending their money, leading to excessive consumer behavior. The consumer lifestyle is evident in their habit of always shopping in large quantities, at relatively high prices, and frequent socializing to match their friends' lifestyle. Prestige and the desire to follow current trends are the reasons Gen-Z exhibits consumer behavior. This research uses a quantitative approach with the Structural Equation Model (SEM) method and Partial Least Square (PLS) alternative. The research population consists of the North Padangsidimpuan city community, particularly Gen-Z. The sample in this study comprises 98 individuals using the Slovin formula. The results of this study indicate that: (1) Lifestyle influences the consumer behavior of Gen-Z in the North Padangsidimpuan district (2) Financial Literacy does not influence the consumer behavior of Gen-Z in the North Padangsidimpuan district (3) Religiosity influences the consumer behavior of Gen-Z in the North Padangsidimpuan district (4) Religiosity moderates the influence of lifestyle on the consumer behavior of Gen-Z in the North Padangsidimpuan district (5) Religiosity does not moderate the influence of financial literacy on the consumer behavior of Gen-Z in the North Padangsidimpuan district. From these results, the variables of lifestyle (X1) and financial literacy (X2) have an influence of 46.8% on the consumer behavior of Gen-Z in the North Padangsidimpuan district. There are still 53.2% other factors outside the variables that the researchers have not been able to explain.

Keywords: Consumerism, Lifestyle, Financial Literacy

خلاصة البحث

الاسم	: ميشرة حسيبوان
رقم التسجيل	: ٢٠٤٠٢٠٠٣٢
عنوان البحث	: تأثير نمط الحياة والمعرفة المالية على السلوك الاستهلاكي مع التدين كمتغير معتدل

كان الدافع وراء هذا البحث هو ظاهرة موجودة، حيث يفتقر سكان منطقة فرعية بادانج سيديمبوان الشمالية، وخاصة الجيل زد ، إلى السيطرة على إنفاق أموالهم، مما يؤدي إلى السلوك الاستهلاكي المفرط. يمكن ملاحظة نمط حياة المستهلك في عاداتهم بالتسوق دائماً بكميات كبيرة، والأسعار باهظة جداً، وعادة الخروج لتلبية أنماط حياة أصدقائهم. إن عامل الهيبة والرغبة في محاولة متابعة الاتجاهات الحالية هي الأسباب التي تجعل الجيل زد لديه سلوك استهلاكي. يستخدم هذا البحث المنهج الكمي باستخدام طريقة نموذج المعادلة الهيكلية وبدل المربع الأصغر الجزئي. كان مجتمع البحث هو سكان مدينة بادانج سيديمبوان بمنطقة فرعية بادانج سيديمبوان الشمالية، وخاصة الجيل زد. كانت العينة في هذا البحث ٩٨ شخصاً يستخدمون الصيغة السلوفينية. تظهر نتائج هذا البحث أن: (١) نمط الحياة يؤثر على السلوك الاستهلاكي للجيل زد في منطقة فرعية بادانج سيديمبوان الشمالية (٢) ليس لمحو الأمية المالية أي تأثير على السلوك الاستهلاكي للجيل زد في منطقة فرعية بادانج سيديمبوان الشمالية (٣) التدين يؤثر على السلوك الاستهلاكي للجيل زد في منطقة فرعية بادانج سيديمبوان الشمالية (٤) يخفف التدين من تأثير نمط الحياة على السلوك الاستهلاكي للجيل زد في منطقة فرعية بادانج سيديمبوان الشمالية. (٥) التدين لا يخفف من تأثير الثقافة المالية على السلوك الاستهلاكي للجيل زد في منطقة فرعية بادانج سيديمبوان الشمالية. إذن من هذه النتائج، فإن متغيرات نمط الحياة ($X1$) والمعرفة المالية ($X2$) لهما تأثير بنسبة ٦,٨٪ على السلوك الاستهلاكي للجيل زد في منطقة فرعية بادانج سيديمبوان الشمالية. ولا يزال هناك ٥٣,٢٪ عوامل أخرى خارج المتغيرات لا يستطيع الباحث تفسيرها.

الكلمات المفتاحية: الاستهلاكية، نمط الحياة، الثقافة المالية

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta`ala, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Untaian Shalawat serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Muhammad Shallallahu `Alaihi WaSallam, figure seorang pemimpin yang patut di contoh dan diteladani, dan yang telah membawa ajaran Islam bagi seluruh penghuni alam.

Skripsi ini berjudul: “Pengaruh *Lifestyle* Dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating” ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

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. Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak

Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ihkwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dr. Hj. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan juga selaku Pembimbing I saya serta bapak/ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam 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. Bapak Damri Batubara, M.A selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum. selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta 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.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ibunda tercinta Siti Sabedah Tanjung dan ayahanda Alm. Armen Hasibuan yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah Subhanahu Wa Ta`ala senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya,
8. Terimakasih juga peneliti ucapkan kepada saudara-saudari saya Choirul Hasibuan (abang), Kholida Rahmi Hasibuan (adik) dan Risti Mayani Hasibuan (adik) yang telah memberikan motivasi, dukungan serta semangat selama peneliti menyelesaikan skripsi ini dan semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Terimakasih juga buat sahabat-sahabat seperjuangan di Ekonomi Syariah dan mahasiswa angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Terutama untuk sahabat saya Diana Sari Nasution dan Maruli yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan doa kepada peneliti agar

senantiasa termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

10. 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. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah Subhanahu Wa Ta`ala, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Mei 2024

Peneliti,

MEI SHARA HASIBUAN
NIM. 2040200032

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 0543b/U/1987 sebagai pedoman dalam pengalihan bahasa Arab ke dalam bahasa Latin.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan 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 dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ظ	ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	ain	ء	Koma terbalik diatas
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	Hamzah	H	Ha
ء	Hamzah	ء	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya

berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
و	Dommah	U	U

2. Vokal rangkap adalah vokal 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

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا.....ى .	Fathah dan alif atau ya	a	a dan garis di atas
ى.....ى	Kasrah dan ya	i	i dan garis di bawah
ُ.....ى	ḍommah dan wau	u	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua yaitu :

1. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

2. 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).

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ﺍ Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1. 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.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. 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.

G. 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.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

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

I. Tajwid

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

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN
HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

BERITA ACARA MUNAQASYAH

LEMBAR PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAKError! Bookmark not defined.

ABSTRACT ii

خلاصة البحث iii

KATA PENGANTAR..... iv

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN viii

DAFTAR ISI..... xiv

DAFTAR TABEL..... xvi

DAFTAR GAMBAR..... xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang 1

B. Identifikasi Masalah 9

C. Batasan Masalah..... 9

D. Definisi Operasional Variabel..... 9

E. Rumusan Masalah 11

F. Tujuan penelitian..... 12

G. Manfaat Penelitian 12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori..... 14

1. Perilaku Konsumtif..... 14

2. Perilaku konsumtif menurut Islam 19

3. *Lifestyle* (Gaya Hidup) 26

4. *Financial Literacy* (Literasi Keuangan) 27

5. Religiusitas 29

B. Penelitian terdahulu.....	33
C. Kerangka Pikir	38
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi penelitian dan waktu penelitian.....	40
B. Jenis penelitian	40
C. Populasi dan sampel.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Teknik Analisis Data.....	44
1. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Models</i>).....	44
2. Analisis Model Struktural (<i>Inner Models</i>)	46
3. Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Kecamatan Padangsidempuan Utara.....	48
B. Hasil Analisis Data.....	50
C. Pembahasan Hasil Penelitian	62
D. Keterbatasan Penelitian.....	66
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	68
B. Impikasi.....	69
C. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Definisi Operasional Variabel	9
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III. 1 Kisi-kisi Angket.....	42
Tabel III. 2 Penilaian Skala.....	43
Tabel III. 3 Kriteria <i>Outer Model</i>	44
Tabel III. 4 Kriteria <i>Inner Model</i>	45
Tabel III. 5 Pengujian Hipotesis.....	46
Tabel IV. 1 Jumlah Penduduk Padangsidempuan.....	48
Tabel IV. 2 Hasil <i>Output Outer Loading</i> Tahap I	50
Tabel IV. 3 Hasil <i>Output Outer Loading</i> Tahap II.....	52
Tabel IV. 4 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	54
Tabel IV. 5 Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	55
Tabel IV. 6 <i>Composite Reliability</i>	56
Tabel IV. 7 <i>Cronbach's Alpha</i>	56
Tabel IV. 8 Hasil <i>Coefficient Of Determination</i> (R^2)	57
Tabel IV. 9 Hasil Uji <i>Effect Size</i> (F^2).....	58
Tabel IV. 10 Hasil Uji Hipotesis.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Pikir.....	37
Gambar IV. 1 Model Partial Least Square (PLS) Tahap I.....	50
Gambar IV. 2 Model Partial Least Square (PLS) Tahap II	52
Gambar IV. 3 Hasil Uji <i>Bootsrapping</i>	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Perkembangan zaman membuat seseorang melakukan konsumsi barang dan jasa bukan karena dasar kebutuhan namun karena untuk mencapai kepuasan diri, sehingga menyebabkan seseorang boros atau yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme. Konsumerisme adalah seseorang atau kelompok melakukan proses penggunaan barang yang diproduksi secara hiperbola, tidak disadari dan berkelanjutan.¹ Perilaku konsumtif sebagai perilaku memberi dan menggunakan barang atau jasa dengan tidak mempertimbangkan secara rasional dan cenderung untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas, dimana individu sebagai konsumen lebih banyak mendahulukan faktor keinginan dibandingkan dengan kebutuhannya.² Perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup individu yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang.³

Manusia selalu ingin menjadikannya dirinya menjadi yang terbaik. Sehingga seringkali mereka melakukan kegiatan konsumsi hanya untuk memenuhi gaya hidup dan ajang pamer saja. Mereka melakukan kegiatan pembelian terhadap sebuah barang tanpa memperhatikan kegunaanya hanya

¹ Sri Wening, *Waspada Konsumerisme* (Sukoharjo: rumahaksara, 2020), hlm.11.

² Siti Samsiyah. et al., *Perilaku Konsumen* (Mega Press Nusantara, 2023), hlm.1.

³ “Perilaku Konsumtif Pembawa Petaka Di Era Modern,” accessed December 11, 2023, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15276/.html>.

demi memuaskan hasrat ataupun kesenangan mereka. Sehingga akhirnya menimbulkan perilaku yang konsumtif.⁴ Pada masa modern ini diantara dampak dari perubahan zaman yaitu begitu banyak keperluan manusia yang berbeda-beda, setiap orang cenderung memperbarui penampilan mereka agar sesuai dengan kebiasaan yang sedang berkembang di masyarakat.⁵ Gaya hidup yang diinginkan seseorang gilirannya akan mempengaruhi atau bahkan mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup adalah bagaimana seseorang hidup (*how one lives*)⁶, termasuk Aktivitas belanja tersebut disebut dengan pembelian yang didasari oleh sikap impulsif, atau proses pembelian suatu barang.

Era modern membawa dampak yang baik terutama di bidang ekonomi, karena mampu membentuk produktivitas dan inovasi bagi pelaku ekonomi di Indonesia, supaya produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk lainnya. Era modern juga membawa dampak yang buruk, karena dengan berbagai kemudahan dan fasilitas yang tersedia dapat menimbulkan sifat konsumtif di kalangan masyarakat khususnya di kalangan Gen-z.⁷ Generasi Z, atau yang dikenal juga sebagai Gen- Z, merupakan mereka yang lahir diantara tahun 1996 – 2012.⁸ Partisipasi Gen-z dalam penggunaan internet

⁴ Siti Samsiyah, Nashrudin Latif, et al., *Perilaku Konsumen* (Mega Press Nusantara, 2023), hlm.2.

⁵ Mutiara Nabila Aprinhasari and Widiyanto Widiyanto, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi,” *Business and Accounting Education Journal* 1, no. 1 (June 8, 2020): hlm.66.

⁶ Firdatul Aini, Rifdatul Maulidiyah, Moh Firdaus Hidayanto, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian” Vol.14 : hlm.85.

⁷ Rahmat Madjid., *Perilaku Konsumen (Edisi Revisi)* (Deepublish, 2023), hlm.167.

⁸ “Mengenal Gen Z,” Parents, September 27, 2023, <https://parent.binus.ac.id/2023/09/mengenal-gen-z/>.

juga tidak dapat terpisahkan. Karena Gen-z dapat memanfaatkan berbagai fasilitas yang disediakan internet terutama dalam hal berbelanja. Pemakaian internet tersebut membawa banyak perubahan dalam gaya hidup Gen-z, termasuk dalam hal berbelanja.⁹ Dalam hal tersebut dapat memunculkan kecenderungan konsumerisme di dalam masyarakat.

Berbelanja ataupun nongkrong bisa dikatakan sebagai gaya hidup yang sangat banyak ditemukan pada Gen-Z. Gen-Z yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu Gen-Z berusia 20-24 tahun yang ada pada Kecamatan Padangsidempuan Utara. Sebagian besar masyarakat yang khususnya Gen-z dalam melakukan belanja online bukan didasarkan pada kebutuhan saja, tetapi demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan individu menjadi boros atau dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut dilakukan hanya untuk memenuhi kepuasan serta meningkatkan gengsi demi memperlihatkan status sosial semata. Sekarang berbelanja sangat mudah modal handphone saja sudah bisa berbelanja¹⁰, yaitu banyaknya *platform* berbelanja yang tersedia seperti shopee, Lazada, Tokopedia dll. Kita sudah bisa berbelanja tanpa pergi kepasar atau toko, karna di *platform* tersebut bisa dikatakan lengkap barang-barang yang ingin dibeli. Bukan hanya untuk berbelanja tetapi melakukan pembayaran apapun seperti

⁹ Nufian Febriani and Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus* (Universitas Brawijaya Press, 2019), hlm.3.

¹⁰ Yunita Tri Kumala Sari, Grendi Hendrastomo, Dan Nur Endah Januar, "Belanja Online Dan Gaya Hidup Mahasiswa Di Yogyakarta," 2020, hlm.4.

pembayaran pada rumah makan ataupun café-café sekarang sudah banyak menggunakan *online*.

Sistem pembayaran keuangan saat ini terus berkembang, seperti sistem pembayaran yang semula hanya uang tunai saat ini sudah tersedia secara digital atau non tunai.¹¹ *E-Money* (*electronic money* atau uang elektronik) ialah alat pembayaran yang memiliki nilai uang pengganti uang tunai yang tersimpan secara elektronik dalam suatu server atau *chip* dan dapat diisi. Pada sekarang Gen-Z juga sangat banyak menggunakan *E-wallet* dalam melakukan aktivitas sehari-hari.¹² Seperti berbelanja juga sudah bisa menggunakan *E-wallet* yang memudahkan dalam bertransaksi. Penggunaan *E-wallet* juga sangat mudah dan praktis hal tersebut membuat anak-anak muda sekarang menggemarnya karena dengan cukup membawa handphone saja sudah bisa melakukan pembayaran.

Salah satu penyebab pemenuhan kebutuhan yang mengikuti trend diduga karena masih minim pengetahuan masyarakat terkait pengelolaan keuangan yang baik, sehingga mereka lebih suka berbelanja sesuka hati mereka, apabila masyarakat mengetahui pengelolaan keuangan yang baik, maka pastilah setiap orang menghindari pola konsumsi berlebih.¹³ Pengelolaan keuangan yang harus diperhatikan yakni pengelolaan keuangan yang sewajarnya dan

¹¹ Rizky Ramadini Febrinda dan Rahayu Ningsih, “Kesiapan Digitalisasi Sistem Pembayaran Non Tunai Di Pasar Rakyat” Vol.13 No.2 (2022): hlm.86.

¹² Dwi Ajeng Kusumawardhani, Evita Purnaningrum, “Penyebaran Pengguna Digital Wallet Di Indonesia Berdasarkan Google Trends Analytics” Vol.17 No.2 (2021): hlm.378.

¹³ Nurul Safura Azizah, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial” 01 (2020): hlm.95.

sesuai porsi sehingga individu dapat mengelola keuangan dengan baik. Kebiasaan mengonsumsi yang terus meningkat dan dilakukan secara terus menerus menyebabkan keadaan keuangan yang tidak stabil, karena penggunaan produk berupa barang serta jasa secara berlebih.¹⁴ Kebiasaan berbelanja hanya berdasarkan keinginan menyebabkan orang hidup dalam perilaku boros dan berdampak pada kondisi keuangan yang tidak stabil.

Hal di atas juga terjadi pada masyarakat di Kecamatan Padangsidempuan Utara khususnya Gen-Z. Peneliti melakukan wawancara dengan salah satu anak muda Padangsidempuan Utara tinggal di Sadabuan berkebetulan sedang nongkrong dengan teman-temannya di Lampion Café tanggal 2 September. Narasumber bernama Azizah usianya 22 Tahun,¹⁵ saat ditanya mengapa memilih nongkrong di café dengan teman-teman, narasumber menjawab “sekarang anak-anak seumuran saya banyak yang nongkrong atau sekedar menghabiskan waktu di café, dan sekarang juga mengikuti gaya teman-teman saya agar tidak dikatakan tidak gaul”. Dapat dilihat bahwa Azizah memiliki gaya hidup konsumtif itu karena ingin menyesuaikan gaya hidupnya dengan teman-temannya yang hobby nongkrong. Wawancara juga dilakukan dengan narasumber bernama Lanni Mutiah usianya 21 Tahun merupakan anak muda yang tinggal di Padangsidempuan Utara daerah Kamcar¹⁶ saat ditanya mengapa berbelanja barang sangat banyak dan mahal, narasumber

¹⁴ Delyana Rahmawany Pulungan, “Analisis Perilaku Keuangan Mahasiswa Yang Dipengaruhi Oleh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Orang Tua,” 2020, hlm. 165.

¹⁵ Azizah, masyarakat Padangsidempuan Utara, wawancara, (Pukul 11.30 WIB). September 2, 2023.

¹⁶ Lanni Mutiah, masyarakat Padangsidempuan Utara, wawancara, (Pukul 15.00 WIB) September 5, 2023.

menjawab “saya tidak ingin ketinggalan fashion dari teman-teman saya sehingga saya selalu membeli barang-barang dengan model terbaru, walaupun tidak cocok tapi karena sedang trend saya membelinya”. Hasil wawancara pada Lanni Mutiah dapat dilihat bahwa Lanni selalu mengikuti teman-teman untuk berpenampilan. Walaupun terkadang tidak sesuai tetap membeli barang tersebut. Wawancara juga dilakukan pada salah satu Gen-Z di Kecamatan Padangsidempuan Utara bertempat tinggal di Kmp.Tobat bernama Putri Annisa pada tgl 5 september¹⁷ mengenai pembelanjaan barang yang sedang trend, membelinya karna kebutuhan atau hanya mengikuti trend, dengan hasil Putri membeli berbelanja dikarenakan mengikuti trend yang sedang ada agar dapat diakui dalam lingkungan pertemanannya.

Hasil dari wawancara yang dilakukan dengan ketiga subjek dapat di katakan ketiga subjek tersebut berperilaku gaya hidup konsumtif karena ingin dianggap terlihat tidak ketinggalan zaman serta menyamakan diri dengan teman sekelompoknya.

Pada kondisi dimana semakin beragamnya *lifestyle* seseorang, seharusnya mampu membuat Gen-Z di kecamatan Padangsidempuan Utara untuk melakukan perilaku konsumtif yang lebih dibutuhkan dan tidak berlebihan dalam melakukan konsumtif. Gen-Z di Kecamatan Padangsidempuan juga tentunya memiliki pengetahuan tentang bagaimana *lifestyle* yang baik dan tidak berlebihan yang seharusnya menurut syariat islam. Tetapi, dalam

¹⁷ Putri Annisa, masyarakat Padangsidempuan Utara, wawancara, (Pukul 12.00 WIB) 5 September, 2023.

pengaplikasian mereka terkait bagaimana *lifestyle* yang baik dan tidak berlebihan masih kurang optimal.

Perkembangan zaman serta teknologi yang sudah modern serta pergeseran gaya hidup, mengakibatkan perilaku konsumtif mengalami perubahan.¹⁸ Hal ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar tetapi termasuk juga di kota Padangsidempuan. Seperti fenomena yang terjadi pada Gen-Z di Kecamatan Padangsidempuan Utara adalah melakukan pembelian barang yang kurang dibutuhkan, dan kurang bermanfaat. Kecendrungan berbelanja tersebut hanya untuk mengikuti *trend* semata, mengambil foto untuk di pamerkan di sosial media dan mendapatkan pujian dari orang lain karna barang tersebut sedang *trend*. Kebiasaan gaya hidup dari Gen-Z tersebut, merupakan pemicu perilaku konsumtif meningkat karena untuk kesenangan dan kepuasan. Seharusnya Gen-Z yang melakukan perilaku konsumtif dengan mengikuti berbelanja mampu memilih pengaplikasian trend yang dibutuhkan dan cocok kepada dirinya.

Tidak salah untuk mengikuti *trend* yang ada selama itu tidak membawa dampak negatif pada pemakainya dan yang melihatnya. Islam juga tidak membatasi *lifestyle* yang dilakukan umat Islam selama masih memenuhi standar dan tujuan dalam pemenuhan *lifestyle* tersebut, tanpa berlebihan dan melampaui batas.¹⁹ Dalam Islam juga mengajarkan agar tidak melakukan

¹⁸ Gracela Natasha Luas, Sapto Irawan , Yustinus Windrawanto, “Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” Vol. 13 No. 1, (2023): hlm.1.

¹⁹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm.26.

pembelian secara berlebihan. Agama sebagai ideologi secara langsung mempengaruhi cara berperilaku konsumen dengan meletakkan aturan perilaku itu sebagai acuan, dan secara tidak langsung menyatakan bahwa agama berkontribusi terhadap pembentukan sikap dan nilai-nilai.²⁰ Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja ataupun kegiatan sehari-hari lainnya.

Tingkat konsumsi yang tidak terkontrol menyebabkan adanya perilaku konsumtif. Sikap konsumtif masyarakat menimbulkan beberapa masalah diantaranya tidak mampu memprioritaskan pengeluaran uang, lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan, susah untuk menabung karena tuntutan keinginan yang harus terpenuhi.²¹ Sikap konsumtif sendiri dilarang dalam Islam karena dekat dengan israf dan juga mubadzir.²² Sehingga perlu kontrol dalam melakukan kegiatan konsumsi dengan menerapkan gaya hidup, literasi keuangan dan religiusitas yang dimiliki.

Berdasarkan latar belakang yang sudah, dijelaskan diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dengan judul ***“Pengaruh Lifestyle dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”***

²⁰ Rina ekaningdiyah anggarasari, “Hubungan Tingkat Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga,” Yogyakarta, hlm.19.

²¹ “Impulsive Buying – P2TKP,” accessed December 12, 2023, <https://usd.ac.id/pusat/p2tkp/impulsive-buying/>.

²² Veithzal Rivai Zainal, Nurul Huda, dkk, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Pt. Cahaya Prima Sentosa, 2018), hlm.258.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perilaku konsumtif Gen-Z yang berlebihan terlihat dari trend menongkrong untuk mengikuti teman, dan berbelanja.
2. Gaya hidup pada Gen-Z yang berlebihan cenderung hanya sekedar mengikuti trend, gaya hidup teman dalam pemenuhan gaya hidupnya sendiri.
3. Kurangnya pengetahuan tentang *financial literacy* dalam mengelola keuangan

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk lebih memfokuskan kajian yang akan dilakukan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Adapun pembatasan masalah yaitu penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh *lifestyle* dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif Gen-Z di Kecamatan Padangsidempuan Utara pada Tahun 2023.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu atribut, sifat, nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan kemudian ditarik kesimpulan.

Tabel I. 1 Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Gaya Hidup (X1)	<i>Lifestyle</i> (Gaya hidup) adalah pola hidup seseorang yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri sendiri dan dunia luar. ²³	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan²⁴ 2. Minat 3. Pendapat 	Ordinal
2	<i>Financial Literasi</i> (X2)	Literasi keuangan ialah suatu keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan upaya pemahaman terhadap perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan yang tepat dan efisien ²⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan umum pengelolaan keuangan 2. Tabungan dan pinjaman 3. Asuransi 4. investasi 	Ordinal
3	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah tindakan untuk membeli suatu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli secara berlebihan 	Ordinal

²³ Nurul Safura Azizah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial," hlm.96.

²⁴ Firdatul Aini, Rifdatul Maulidiyah, Moh Firdaus Hidayanto, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian," hlm.85.

²⁵ Nurul Safura Azizah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial."

		barang dengan mengutamakan faktor keinginan (<i>want</i>) daripada faktor kebutuhan (<i>need</i>). ²⁶	2. pemenuhan gaya hidup 3. membeli karena unik	
4	Religiusitas (Z)	Religiusitas merupakan suatu sikap kesadaran yang muncul dan didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. ²⁷	1. Keyakinan 2. Praktik Agama 3. Pengetahuan Agama	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah

1. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ?
2. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ?
4. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan religiusitas sebagai variabel moderating ?
5. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan religiusitas sebagai variabel moderating ?

²⁶ Laila Meiliyandrie Indah Wardani and Ritia Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja* (Penerbit NEM, 2021), hlm.6.

²⁷ Jumal Ahmad, *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022), hlm.23.

F. Tujuan penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif
2. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif
4. Untuk mengetahui religiusitas memperkuat pengaruh *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif
5. Untuk mengetahui religiusitas memperkuat pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan yang berguna bagi peneliti untuk mengembangkan pengetahuan serta saran untuk mengaplikasikan ilmu di bidang manajemen.

2. Bagi akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan penelitian bagi dunia akademik dan sebagai referensi untuk penelitian dan sebagai pengembangan keilmuan dan kemajuan pendidikan.

3. Bagi pihak lain

Melalui penelitian ini, diharapkan para pihak yang berkepentingan memperoleh informasi baru dalam menilai perilaku konsumtif.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumen terdiri dari dua kata, yaitu perilaku dan konsumen. Secara Bahasa, perilaku berarti tingkah, Tindakan. Adapun secara terminology perilaku adalah kegiatan atau aktivitas organisme (mahluk hidup) yang bersangkutan, sehingga yang dimaksud dengan perilaku manusia pada hakikatnya adalah Tindakan atau aktivitas manusia itu sendiri, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak diamati oleh pihak luar dan mempunyai bentangan yang sangat luas.²⁸ Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.²⁹

Perilaku konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lain atau membeli suatu produk karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut.³⁰

²⁸ Isnaini Harahap, *Hadis-hadis Ekonomi* (Prenada Media, 2017), hlm.154-155.

²⁹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, hlm.31.

³⁰ Laila Meiliyandrie Indah Wardani and Ritia Anggadita, *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja* (Penerbit NEM, 2021), hlm.6.

Perilaku konsumtif merupakan Tindakan individu secara langsung dalam usaha memperoleh atau menggunakan barang atau jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan Tindakan-tindakan tertentu.³¹ Jadi, perilaku konsumtif adalah kecenderungan atau kebiasaan individu atau masyarakat untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan dan tidak rasional, terlepas dari kebutuhan atau kemampuan finansial yang dimiliki.³² Perilaku konsumtif seringkali terjadi karena pengaruh lingkungan, media, atau budaya yang menanamkan pemikiran bahwa memiliki barang-barang yang mahal atau terbaru adalah tanda kesuksesan atau status sosial yang tinggi. Perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian (buying units) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide.³³

Dari pengertian-pengertian perilaku konsumen di atas, maka dapat menarik kesimpulan bahwa definisi perilaku konsumen adalah suatu perilaku atau tindakan individu maupun kelompok (konsumen) dalam membeli atau mempergunakan produk ataupun jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga mereka akan mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan oleh seorang konsumen

³¹ Jefri Putri Nugraha, Dian Alfiah, and Gairah Sinulingga, dkk, *Teori perilaku konsumen* (Pekalong: PT. Nasya Expanding Management, 2021), hlm.2.

³² Sri Wening, *Waspada Konsumerisme*, (Sukoharjo: rumahaksara, 2020) hlm.15.

³³ Mashur Razak, *Perilaku Konsumen* (Makassar: Alauddin University Press, 2016). hlm.4

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Sikap atau perilaku konsumtif dapat dipengaruhi baik secara internal maupun eksternal antara lain:³⁴ Faktor *internal*, yang terdiri dari:

- 1) Motivasi adalah suatu tindakan ajakan yang digunakan untuk menggambarkan kekuatankekuatan yang terdapat dalam organisme untuk membangkitkan dan mengarahkan perilakunya.
- 2) Proses dan pengalaman belajar Konsumen melihat dan mempelajari sesuatu berupa berita yang mereka dapatkan. Akibatnya, proses observasi dan pembelajaran tergantung pada subjek yang diamati. Jika akibat subjek membeli barang yang tidak perlu, maka hal ini dapat diikuti oleh konsumen.
- 3) Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dan sifat-sifat yang ada dalam diri individu yang sangat berpengaruh pada perubahan-perubahan perilakunya.³⁵ Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya, seperti motif, IQ, spiritualitas, maupun persepsi dan faktor-faktor eksternal, seperti lingkungan fisik, keluarga, masyarakat. Pada dasarnya kepribadian mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli.
- 4) Konsep diri diartikan sebagai pedoman atau cara melihat diri sendiri dan pada waktu tertentu menjadi gambaran dari apa yang kita pikirkan.

³⁴ Naning Fatmawatie, *E commerce dan perilaku konsumtif*, hlm.40-45.

³⁵ Melinda, Lisbeth Lesawengen, Fonny J. Waani, "Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau" Vol. 2 No. 1 (2022): hlm.5.

- 5) Keadaan ekonomi Memilih dan membeli suatu produk sangat ditentukan oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya lebih hati-hati daripada orang yang memiliki ekonomi tinggi.³⁶
- 6) Gaya Hidup berarti suatu konsep konsumsi yang menerapkan pilihan bagaimana individu menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup *happy shopping* merupakan salah satu konsep atau model gaya hidup yang dianut oleh remaja saat ini, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

Faktor *eksternal* terdiri atas:

- 1) Faktor budaya merupakan suatu bentuk sikap yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam suatu kelompok, baik dalam kelompok besar maupun kelompok kecil.
- 2) Faktor kelas sosial ialah kelompok yang adil dan bertahan lama dalam masyarakat yang terstruktur dalam hierarki dan yang keanggotaannya memiliki sistem nilai, minat, dan sikap yang serupa.³⁷ jika kelas sosial terdiri dari anggota yang memiliki kasta-kasta dari yang tinggi sampai bawah, dan biasanya kasta tinggi akan terbentuk sikap konsumtif dalam kelompok tersebut.
- 3) Faktor keluarga adalah kelompok kecil yang menyediakan model fundamental utama bagi perkembangan remaja. Keluarga memegang

³⁶ Gracela Natasha Luas, Sapto Irawan , Yustinus Windrawanto, “Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” hlm.3.

³⁷ Gracela Natasha Luas, Sapto Irawan , Yustinus Windrawanto, hlm.4.

peranan terbesar dan terutama dalam pembentukan individu, termasuk sikap konsumtif.

- 4) Grup referensi Sekelompok orang dapat mempengaruhi perilaku, pendapat, kebiasaan dan perilaku konsumen.

Perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat menyebabkan masalah finansial, seperti hutang yang menumpuk atau pengeluaran yang melebihi pendapatan yang dimiliki.³⁸ Oleh karena itu, penting untuk memiliki kesadaran akan perilaku konsumtif yang tidak sehat dan bertanggung jawab dalam melakukan pembelian. Individu dapat mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial sebelum melakukan pembelian, serta memilih produk yang ramah lingkungan dan berkualitas baik.

c. Jenis Perilaku Konsumen

Dua jenis perilaku konsumen yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan perilaku konsumen yang bersifat irrasional. Dari kedua jenis perilaku konsumen tersebut mempunyai ciri masing-masing. Ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat rasional:³⁹

- 1) Konsumen menentukan produk menurut kebutuhan.
- 2) Produk yang diambil konsumen memiliki manfaat yang optimal untuk konsumen.
- 3) Konsumen memastikan produk yang kualitasnya terjaga dengan baik.

³⁸ Manshur Razak, *Perilaku Konsumen* (Alauddin, n.d.), hlm.13.

³⁹ Jefri Putri Nugraha, Dian Alfiah, and Dr. Gairah Sinulingga, dkk, *Teori perilaku konsumen*, hlm.11.

- 4) Konsumen membeli produk yang harganya menyesuaikan dengan kemampuan konsumen.

Ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat irrasional:⁴⁰

- 1) Konsumen sangat mudah tergoda dengan iklan dan promosi dari media cetak ataupun elektronik.
- 2) Konsumen tertarik untuk membeli produk-produk bermerek atau branded yang sudah beredar luas dan sangat populer.
- 3) Konsumen membeli produk bukan karena menurut kebutuhan, melainkan karena status berkelas dan gengsi yang tinggi

Dari penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen yang bersifat rasional merupakan tindakan perilaku konsumen saat pembelian suatu barang dan jasa yang lebih mengutamakan aspek-aspek konsumen secara umum, contohnya seperti tingkat kebutuhan yang mendesak, kebutuhan primer, serta daya guna produk itu sendiri terhadap konsumen. Selanjutnya adalah perilaku konsumen yang bersifat irrasional, merupakan perilaku konsumen yang gampang terpengaruh oleh rayuan-rayuan diskon dari sebuah produk tanpa mendahulukan aspek kebutuhan yang bersifat penting.

2. Perilaku konsumtif menurut Islam

a. Konsumtif menurut Islam

Bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah SWT kepada manusia agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan umat Islam.

⁴⁰ Jefri Putri Nugrah, Dian Alfiah, and Gairah Sinulingga, dkk, hlm.11.

Sedangkan manusia mempunyai dua fungsi dalam dunia ini, yaitu sebagai hamba Allah yang bertugas untuk beribadah kepada-Nya dan sebagai khalifah yang bertugas untuk memakmurkan dan menyejahterakan bumi Allah. Salah satu pemanfaatan yang telah diberikan kepada manusia sebagai khalifah Allah adalah kegiatan ekonomi, khususnya kegiatan konsumsi. Perilaku konsumtif dalam Islam dianggap sebagai suatu tindakan yang merugikan diri sendiri dan masyarakat, serta bertentangan dengan prinsip-prinsip kebijaksanaan dan keseimbangan dalam kehidupan.⁴¹

Batasan konsumsi dalam syari'ah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditas lainnya. Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditas bukan tanpa sebab. Konsumsi dalam Islam tidak hanya untuk materi saja tetapi juga termasuk konsumsi sosial yang terbentuk dalam zakat dan shadaqah. Islam mengajarkan untuk memenuhi kebutuhan hidup secara sederhana dan bertanggung jawab dalam melakukan konsumsi. Sebagai contoh, Islam mengajarkan untuk melakukan zakat sebagai salah satu bentuk kewajiban sosial, di mana seseorang dianjurkan untuk memberikan sebagian dari hartanya kepada yang membutuhkan. Selain itu, Islam juga mendorong untuk memperhatikan keseimbangan dalam penggunaan sumber daya alam, dan menghindari pemborosan dan penggunaan yang

⁴¹ Veithzal Rivai Zainal, Nurul Huda, dkk, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Pt. Cahaya Prima Sentosa, 2018), hlm. 243.

tidak perlu.⁴² Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam konsumsi antara lain:⁴³

- 1) Memenuhi kebutuhan diri sendiri terlebih dahulu, kemudian keluarga, kerabat, lalu orang yang memerlukan bantuan
- 2) Penuhi dharuriyat dahulu, kemudian hajiyat dan terakhir tahsiniyah
- 3) Pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan diri, keluarga, dan orang-orang yang memerlukan bantuan finansial.
- 4) Tidak boleh mengkonsumsi yang haram
- 5) Melakukan konsumsi yang ideal sehingga tidak bathil dan mengumbar (berlebih-lebihan).

Dalam Islam juga ditekankan pentingnya menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak terkendali, karena dapat menimbulkan dampak buruk pada diri sendiri dan masyarakat. Islam menganjurkan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dengan cara yang sederhana dan tidak berlebihan, serta menghindari pembelian barang-barang yang tidak perlu. Ayat Al Qur'an menjelaskan tentang konsumsi pada QS Al-A'raff (8) : 31

يٰۤاَيُّهَاۤ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا

تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ❖

⁴² Naning Fatmawatie. *E commerce dan perilaku konsumtif*, hlm.46.

⁴³ Veithzal Rivai Zainal, Nurul Huda, dkk, *Ekonomi Mikro Islam*, hlm.259.

Artinya: Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.

Menurut M. Quraish Shihab, ayat 31 tersebut mengandung makna keharusan memakai pakaian yang indah dan patut serta menutup aurat. Penggunaan pakaian ini ketika setiap memasuki masjid atau di dalam masjid, baik dalam arti khusus maupun masjid dalam pengertian luas, yaitu bumi Allah. Makanlah yang halal, enak, bermanfaat lagi bergizi dan berakibat baik pada tubuh. Minumlah minuman yang kamu sukai tetapi tidak memabukkan dan tidak mengganggu kesehatan. Janganlah berlebih-lebihan karena Allah tidak menyukai orang yang berlebihan yakni tidak memberikan rahmat dan pahala bagi orang yang berlebihan.⁴⁴

Ayat Al Qur'an menjelaskan tentang konsumsi pada QS Al- Furqan : 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ★

Artinya : Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.

Menurut M. Quraish Shihab, ayat 67 tersebut mengandung makna di antara tanda-tanda hamba Tuhan Yang Maha Penyayang adalah bersikap sederhana dalam membelanjakan harta, baik untuk diri mereka

⁴⁴ M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Vol.5* (Jakarta: Lentera Hati, 2005), hlm.203.

maupun keluarga. Mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir dalam pembelanjaan itu, tetapi di tengah-tengah keduanya.⁴⁵

Ayat Al Qur'an menjelaskan tentang konsumsi Al Baqarah : 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا

خُطُوتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ❖

Menurut M. Quraish Shihab ayat 168 tersebut mengandung makna Wahai manusia, makanlah apa yang Kami ciptakan di bumi dari segala yang halal yang tidak Kami haramkan dan yang baik-baik yang disukai manusia. Janganlah mengikuti jejak langkah setan yang merayu kalian agar memakan yang haram atau menghalalkan yang haram. Kalian sesungguhnya telah mengetahui permusuhan dan kejahatan-kejahatan setan.⁴⁶

Di dalam Islam kebutuhan (konsumsi) seorang manusia dikategorikan ke dalam tiga bagian, yaitu kebutuhan primer (*daruriyah*), kebutuhan sekunder (*hajiyyah*), dan kebutuhan tersier (*tahsiniyah*).⁴⁷

- 1) Pertama, kebutuhan primer (*daruriyah*), dimaksudkan untuk mewujudkan kelangsungan hidup seperti, kebutuhan makanan, tempat tinggal, agama, pakaian dan pernikahan.
- 2) Kedua, kebutuhan sekunder (*hajiyyah*), upaya untuk mempertahankan prinsip-prinsip dasar kehidupan meliputi barang dan jasa yang masih

⁴⁵ M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Vol.9* (Jakarta: Lentera Hati, 2005), hlm.533.

⁴⁶ M.Quraish Shihab, *Tafsir Al- Mishbah Vol.1* (Jakarta: Lentera Hati, 2005), hlm.379.

⁴⁷ "Gaya Hidup Konsumtif Dalam Pandangan Islam," *Kuliah Al Islam - Mencerahkan Dan Mencerahkan* ".

dianggap sebagai kebutuhan dasar meski tidak berbentuk jenis; jumlah; dan kualitas yang sangat dibutuhkan sebagaimana kebutuhan primer.

- 3) Ketiga, kebutuhan tersier (*tahsiniyah*), bertujuan untuk mewujudkan kehidupan lebih baik, nyaman dan tenteram termasuk di dalamnya adalah barang-barang berharga (mewah).

Meskipun Islam menaruh perhatian akan kebutuhan (konsumsi) manusia, tetapi Islam juga melarang kepada pemeluknya berperilaku *Isyraf* (berlebih-lebihan) dan *Tabzir* (boros) walaupun seorang konsumen tergolong orang yang mampu atau kaya.⁴⁸ Selain perilaku berlebih-lebihan dan boros merusak dan merugikan, juga Allah tidak menyukainya. Tidak *israf* merupakan tuntutan yang harus disesuaikan dengan kondisi seseorang, karna kadar yang dinilai cukup bagi seseorang, belum tentu cukup bagi orang lain. Boleh jadi, *israf* pada seseorang tapi tidak *israf* bagi orang lain. Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Sedangkan perilaku konsumtif itu muncul terutama setelah adanya masa industrialisasi dimana barang-barang di produksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas. Media, baik elektronik maupun massa dalam hal ini menempati posisi strategis dalam membentuk perilaku konsumtif, yaitu sebagai medium yang menarik minat. konsumen dalam membeli barang.

⁴⁸ Azhari akmal tarigan, Isnaini harahap, Muhammad yafiz, M.Ridwan, *Pengantar Ekonomi Islam* (Bandung: Cipta pustaka Media, n.d.), hlm.287.

Kecendrungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera dan nilai-nilai yang dianut seperti agama dan adat istiadat. Pada tingkatan praktis, perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkatan keyakinan atau keimanan seseorang atau sekelompok orang yang kemudian membentuk kecendrungan perilaku konsumsi di pasar. Tiga karakteristik perilaku ekonomi dengan menggunakan tingkatan keimanan sebagai asumsi, yaitu:⁴⁹

1. Ketika keimanan cukup baik, motif berkonsumsi atau berproduksi akan didominasi oleh tiga motif utama, yakni mashlahah, kebutuhan dan kewajiban.
2. Ketika keimanan kurang baik, motif konsumsi tidak didominasi oleh tiga hal tersebut tetapi dipengaruhi keinginan-keinginan yang bersifat individualistis.
3. Ketika keimanan buruk, motif berekonomi tentu saja didominasi oleh nilai-nilai individualistis (*selfishness*) seperti ego, keinginan, dan rasionalisme.

Perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan.⁵⁰ Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar besarnya serta

⁴⁹ Veithzal Rivai Zainal, Nurul Huda, dkk, *Ekonomi Mikro Islam*, hlm.255.

⁵⁰ Eddy Rohayedi, Maulina, "Konsumerisme Dalam Perspektif Islam," hlm.34.

adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

3. *Lifestyle* (Gaya Hidup)

a. Pengertian *Lifestyle* (Gaya Hidup)

Lifestyle (Gaya hidup) adalah pola hidup seseorang yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri sendiri dan dunia luar.⁵¹ *Lifestyle* (gaya hidup) mengacu pada bagaimana seseorang hidup, atau cara khas seseorang hidup. *Lifestyle* sebagai pola hidup seseorang yang tergambar melalui tindakan, ketertarikan, dan pendapatnya.⁵²

Lifestyle (gaya hidup) menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana seseorang mengalokasikan waktu dengan baik. *lifestyle* mencerminkan bagaimana seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. *Lifestyle* merupakan dasar perilaku manusia. *Lifestyle* adalah pola hidup yang berhubungan dengan uang dan waktu yang dilaksanakan oleh seseorang untuk mengambil keputusan.⁵³ Faktor-faktor utama pembentuk gaya hidup bisa dibagi menjadi 2 yaitu:⁵⁴

⁵¹ Nurul Safura Azizah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial," hlm.96.

⁵² Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen* (Malang: UB Press, 2022), hlm.89.

⁵³ Wayan Weda Asmara Dewi, hlm.89.

⁵⁴ Delyana rahmawany, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa" 2 (2018): hlm.106.

- 1) Faktor demografis misalnya berdasarkan tingkat Pendidikan, usia, tingkat penghasilan dan jenis
- 2) Faktor psikografis lebih kompleks karena indikator penyusunannya adalah dari karakteristik konsumen.

Indikator gaya hidup yaitu sebagai berikut:⁵⁵

- 1) *Activities* (kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.
- 2) *Interest* (minat) yaitu apa kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup seseorang.
- 3) *Opinion* (pendapat) yaitu pandangan seseorang dalam menanggapi isu-isu global, lokal, moral, ekonomi dan sosial.

4. Financial Literacy (Literasi Keuangan)

a. Pengertian *Financial Literacy*

Literasi keuangan ialah suatu keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan upaya pemahaman terhadap perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan yang tepat dan efisien.⁵⁶ Selain itu literasi keuangan sebagai keahlian yang dimiliki oleh individu dengan kemampuannya untuk mengelola pendapatannya agar tercapai peningkatan kesejahteraan finansial.⁵⁷ Literasi keuangan yang menjadi hal dasar yang harus dipahami

⁵⁵ Hermawan Kartajaya, *Marketing Klasik Indonesia* (Jakarta: Mizan, n.d.), hlm.97-98.

⁵⁶ Nurul Safura Azizah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial," hlm.95.

⁵⁷ Achmad Choerudin et al., *Literasi Keuangan* (Global Eksekutif Teknologi, 2023), hlm.3.

dan dikuasai oleh setiap individu karena berpengaruh terhadap kondisi keuangan seseorang serta memiliki dampak terhadap pengambilan keputusan ekonomi yang baik dan tepat.

Pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh seseorang tersebut kemudian berkembang menjadi keterampilan keuangan, dimana keterampilan keuangan itu sendiri didefinisikan sebagai kemampuan dalam menerapkan pengetahuan keuangan yang dimilikinya dalam kehidupan sehari-hari.⁵⁸ Keterampilan keuangan memungkinkan seseorang untuk dapat mengambil keputusan yang rasional dan efektif terkait dengan keuangan dan sumber ekonominya. Secara umum, literasi keuangan penting dimiliki oleh individu karena beberapa alasan berikut:⁵⁹

- 1) Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan individu mengaatur keuangannya
- 2) Semakin kompleks produk dan layanan bank mengharuskan individu lebih bijak dalam menggunakan produk dan layanan tersebut sehingga terhindar dari kerugian yang besar atau terjebak pada hutang yang tinggi
- 3) Tingkat literasi keuangan yang tinggi menunjukkan keterampilan mengelola keuangan sangat baik melalui pengambilan keputusan keuangan yang tepat, perencanaan keuangan jangka Panjang, serta lebih peka terhadap kejadian dan kondisi ekonomi.

⁵⁸ Harpa Sugiharti, Kholida Atiyatul Maula, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa," 2019, hlm.807.

⁵⁹ Hadi Ismanto et al., *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Deepublish, 2019), hlm.97-98.

Aspek-aspek literasi keuangan meliputi:

- 1) *Knowledge* (pengetahuan) yaitu setiap individu harus mempunyai suatu pengetahuan dan informasi yang memenuhi standar terkait risiko, hak dan kewajiban pelanggan atau pengguna serta hal-hal yang lain.⁶⁰
- 2) *Skill* (keterampilan) yaitu setiap individu harus mampu untuk mengimplementasikan suatu bentuk pengetahuan yang dipunyai agar bisa mengelola permasalahan keuangan.
- 3) *Confidence* (keyakinan) yaitu suatu tingkat kepercayaan pada uang atau sejenisnya yang disalurkan agar dikelola dan diolah Lembaga tertentu atau jasa keuangan yang terpercaya.⁶¹

5. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata religi dalam bahasa latin *religio* yang akar katanya adalah *religgure* berarti mengikat secara erat atau ikatan kebersamaan. Religiusitas adalah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai, ritual dan hukum yang berlaku.⁶² Religiusitas berarti menunjukkan aspek religi yang telah dihayati individu dalam hati, diartikan seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, dan seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, serta sosial dan aktivitas yang merupakan perwujudan beribadah. Religiusitas merupakan

⁶⁰ Baiq Fitri Arianti, *Literasi Keuangan* (Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2021) hlm.12.

⁶¹ Choerudin et al., *Literasi Keuangan*, hlm.8.

⁶² Bambang Suyardi dan Bahrul Hayat, *Religiusitas* (Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), hlm.7.

suatu sikap kesadaran yang muncul dan didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama⁶³.

Religiusitas merupakan sebuah pengalaman batiniah individu ketika menyadari akan adanya tuhan yang maha segalanya di luar dirinya. Religiusitas juga dapat diartikan sebagai kepercayaan terhadap adanya tuhan yang berimplikasikan pada perilakunya dalam rangka menelaraskan hidupnya dengan tuhan. Religiusitas adalah pengalaman batin dari seseorang ketika dia merasakan adanya tuhan, khususnya bila efek dari pengalaman itu terbukti dalam bentuk perilaku, yaitu ketika dia secara aktif berusaha untuk menyesuaikan atau menelaraskan dengan tuhan.⁶⁴ cendekiawan muslim menjelaskan bahwa muslim dengan tingkat religiusitas tinggi akan berusaha untuk menjalankan islam secara *kaffah* (menyeluruh). Islam *kaffah* mencakup seluruh aspek kehidupan, baik bersifat ritual (ibadah) maupun sosial kemasyarakatan (muamalah).⁶⁵

Fungsi-Fungsi Religiusitas ada 2 yaitu:

- 1) Fungsi Individual religiusitas dalam kehidupan individu merupakan suatu sistem yang memuat norma-norma tertentu yang menjadi kerangka acuan dalam bersikap dan bertingkah laku agar berjalan sesuai keyakinan agama yang dianut.
- 2) Fungsi Sosial religiusitas dalam kehidupan sosial meliputi fungsi edukatif, penyelamat, sebagai pendamai dan kontrol sosial. Melalui

⁶³ Jumal Ahmad, *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan*, hlm.23.

⁶⁴ Bambang Suyardi dan Bahrul Hayat, *Religiusitas*, hlm.11.

⁶⁵ Bambang Suyardi dan Bahrul Hayat, hlm.6.

fungsi religiusitas ini dapat menjamin berlangsungnya ketertiban dalam kehidupan moral maupun ketertiban bersama dilingkungan sekitar.

Aspek-Aspek Religiusita terdapat 5 macam dimensi religiusitas, yaitu sebagai berikut:⁶⁶

- 1) Dimensi keyakinan, dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui keberadaan doktrin tersebut.
- 2) Dimensi praktik agama, dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.
- 3) Dimensi pengalaman, dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu.
- 4) Dimensi pengetahuan, dimensi ini mengacu terhadap harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, situs-situs, kitab suci, dan tradisi.
- 5) Dimensi pengalaman atau konsekuensi. Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari.

⁶⁶ Masnawi, *Bahasa Arab Qur'ani* (Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2021), hlm.293.

b. Faktor-Faktor Religiusitas

Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi religiusitas seseorang diantaranya :⁶⁷

- 1) Faktor sosial yang mempengaruhi religiusitas salah satunya dalam pendidikan (didikan keluarga) dimana pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam religiusitas seseorang. Oleh karena itu setiap manusia sebaiknya menanamkan dan menginternalisasikan religiusitas sejak dini, agar seseorang tidak terkucilkan dari lingkungan disekitarnya dan sikap-sikap keagamaan dapat berkembang.
- 2) Faktor pengalaman yang mempengaruhi religiusitas yaitu berupa pengalaman-pengalaman spiritual dan kenyamanan yang dirasakan pasca beribadah, menyebabkan tingkat religiusitas seseorang bisa meningkat dan juga sebaliknya, pemaknaan seseorang yang kurang terhadap pengalamannya melakukan ritual peribadatan atau menjalankan perintah agama dan menjauhi larangan agama, bisa menyebabkan religiusitas seseorang stagnan atau bahkan menurun.⁶⁸
- 3) Faktor intelektual yang berupa penalaran terhadap pengetahuan keagamaan. Intelektual merupakan sebuah kapasitas kognisi yang ada pada diri seseorang.⁶⁹ semakin banyak hal yang ditampung dalam

⁶⁷ Angga Wilandika, *Mahasiswa, Religiusitas, Dan Efaksi Diri* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hlm.19-20.

⁶⁸ rois Nafi'ul Umam, "Aspek Religiusitas Dalam Pengembangan Resiliensi Diri Di Masa Pandemi Covid-19" Vol. 4, No. 2 (2021): hlm.154.

⁶⁹ Muhamad Taufik, Pandu Hyangsewu, Isni Nur Azizah, "Pengaruh Faktor Religiusitas Terhadap Perilaku Kenakalan Remaja Di Lingkungan Masyarakat" Vol.6 No.1 (2020): hlm.93.

kapasitas kognisi seseorang maka semakin tinggi intelektualitasnya dan itu berlaku juga dengan sebaliknya.

B. Penelitian terdahulu

Penulis mengambil lima penelitian terdahulu yang dilakukan peneliti diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel II. 1 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1	Marisyah Dwi Ambarsari, Nadia Asandimitra (2023)	Pengaruh <i>financial literacy</i> , <i>lifestyle</i> , konformitas, <i>money attitude</i> , dan <i>e-money</i> terhadap perilaku konsumtif Generasi Z penggemar K-pop	<i>financial literacy</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya tingkat <i>financial literacy</i> tidak selalu berdampak pada perilaku mengkonsumsi, dikarenakan kondisi setiap individu akan berbeda-beda berdasarkan faktor seperti kebutuhan, lingkungan, maupun budaya dari masing-masing individu. ⁷⁰
2	Sinta Tambunan, Nofinawati, Hamni Fadlilah Nasution (2022)	Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Syahada Padangsidempuan)	gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa salah satu dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah faktor ekonomi. Penelitian ini sama hasilnya dengan penelitian yang menyatakan

⁷⁰ Marisyah Dwi Ambarsari, Nadia Asandimitra, "Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Konformitas, Moneyattitude, Dan e-Moneyterhadap Perilaku Konsumtif Generasi Zpenggemar K-Pop" Volume 11 Nomor 3 (2023).

			“gaya hidup berpengaruh positif secara simultan maupun parsial terhadap perilaku konsumsi islam di masa new normal”. ⁷¹
3	Mila mulya sari, Titin Agustin. Ahmad syahrizal (2021)	Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen keuangan syariah.	Gaya hidup yang berlebihan atau mengikuti tren maka akan ditakutkan akan mengalami kesulitan ekonomi untuk pengelolaan keuangan dimasa depan. Oleh sebab itu setiap individu harus bisa menyamaratakan gaya hidup dan pemahaman literasi keuangan agar terhindar terjadinya perilaku konsumtif yang akan merugikan. ⁷²
4	Muhammad Isa, H. Aswadi Lubis, Ilma Sari Lubis (2020)	Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpuan	Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpuan tetap mempertahankan nilai-nilai religiusitas dalam melayani konsumennya karena ternyata variabel religiusitas dan lokasi masih menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja di Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpuan. Dengan demikian diharapkan jumlah pelanggannya dapat meningkat di masa yang akan datang. Hal ini menjadi penting karena saat ini swalayan sejenis yang

⁷¹ Sinta Tambunan, Nofinawati, Hamni Fadlilah Nasution, “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Syahada Padangsidimpuan)” Volume 01/Edisi 02 (2022).

⁷² Mila mulya, Titin agustin, Ahmad syahrizal, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah” Vol.1 No.2 (n.d.).

			bernuansa religius di Kota Padangsidimpuan bukan hanya didominasi oleh grup Rahmat Syariah Swalayan. ⁷³
5	Bayu Ananda, Kusnendi, Aas nurasyiah (2020)	Efek moderasi religiusitas pada pengaruh pendapatan terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga muslim	pengeluaran konsumsi rumah tangga seorang muslim akan dipengaruhi oleh pendapatan dan tingkat religiusitas, dengan meningkatnya pendapatan maka akan meningkatkan pengeluaran konsumsi rumah tangga seseorang, kemudian religiusitas akan memoderasi secara negatif pengaruh pendapatan terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga. Hal ini disebabkan religiusitas akan menekan sifat konsumtif manusia sehingga seseorang akan lebih berperilaku ekonomi yang sehat dan tidak boros, jauh dari tabdzir, isyraf dan selalu menghindari konsumsi yang haram. ⁷⁴
6	Fuad Abdul Fattah, Mintasih Indriayu, Sunarto (2018)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar	literasi keuangan akan mampu menurunkan perilaku konsumtif remaja. Literasi keuangan akan membuat seseorang memiliki pengelolaan uang yang baik, secara otomatis akan mempengaruhi perilaku konsumtif. Seseorang dengan literasi keuangan tinggi akan menjadi konsumen yang

⁷³ Muhammad Isa, H. Aswadi Lubis, Ilma Sari Lubis, "Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keutusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpuan" 3 No. 1 (2020).

⁷⁴ Bayu Ananda, Kusnendi, Aas nurasyiah, "Efek Moderasi Religiusitas Pada Pengaruh Pendapatan Terhadap Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Muslim" Vol.12 No.1 (2020).

			cerdas, membeli atau menggunakan sesuatu dengan melihat manfaat dan kerugiannya, selain untuk mengurangi perilaku konsumtif juga mempersiapkan kehidupan di masa depan. Pengendalian diri yang baik membuat remaja cenderung berperilaku konsumtif yang tinggi pula. ⁷⁵
--	--	--	--

Dari penelitian terdahulu terdapat persamaan dan perbedaan penelitian dengan penelitian ini dengan yang akan diteliti sebagai berikut:

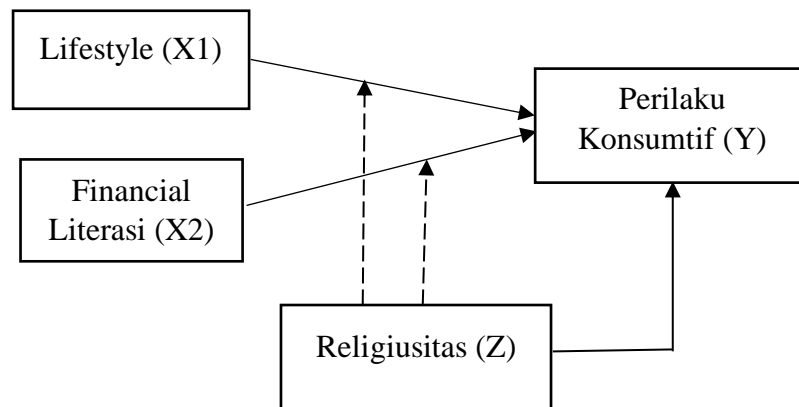
1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Marisyah Dwi Ambarsari, Nadia Asandimitra adalah sama-sama meneliti tentang perilaku konsumtif dengan variabel *lifestyle* dan *financial literacy*. Perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu adanya menggunakan variabel *e money* dan konformitas *e money attitude* sedangkan penelitian ini hanya menggunakan variabel *lifestyle* dan *financial literacy*.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Sinta Tambunan, Nofinawati, Hamni Fadlilah Nasution adalah sama-sama menggunakan variabel gaya hidup dalam mengukur perilaku konsumsi yang dilakukan. Perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan objek penelitian masyarakat Gen-Z, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan objek hanya mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan

⁷⁵ Fuad Abdul Fatta, Mintasih Indriayu, Sunarto, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar" Volume 4 Nomor 1 (2018).

3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Mila Mulya Sari, Titin Agustin dan Ahmas Syahrizal adalah sama-sama menggunakan variabel gaya hidup sebagai variabel dependent. Perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan objek masyarakat sedangkan penelitian terdahulu menggunakan objek mahasiswa.
4. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah persamaan peneliti ini dengan peneliti Muhammad Isa, H. Aswadi Lubis, Ilma Sari Lubis adalah memiliki variabel religiusitas pada perilaku konsumtif. Perbedaannya adalah variabel ini menggunakan variabel religiusitas dan lokasi sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel gaya hidup dan literasi keuangan.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Bayu Ananda, Kuenendi dan Aas Nurasyiah yaitu sama-sama meneliti tentang religiusitas terhadap perilaku konsumtif. Perbedaannya penelitian ini meneliti tentang perilaku konsumtif masyarakat, sedangkan penelitian terdahulu meneliti tentang pengeluaran konsumsi rumah tangga seorang muslim.
6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Fuad Abdul Fattah, Mintasih Indriayu, Sunarto adalah sama-sama meneliti perilaku konsumtif. Perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan variabel gaya hidup dan literasi keuangan sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti literasi keuangan dan pengendalian diri.

G. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan suatu bagan gambaran tentang hubungan antar variabel dalam suatu penelitian.



Gambar II.1

kerangka pikir

Keterangan:

—————▶ = pengaruh antara variabel X dan Z terhadap Y

-----▶ = pengaruh antara variabel X dan Y dengan Z sebagai

Variabel moderating

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah hasil dari suatu proses teoritik atau proses rasional, melalui tinjauan pustaka atau pengkajian konsep dan teori yang relevan mendukung hipotesis penelitian sehingga diyakini bahwa hipotesis penelitian telah memiliki kebenaran teoritik.⁷⁶ Namun demikian, kebenaran

⁷⁶ Bambang Sudaryana and Ricky Agusiady CFrA, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Deepublish, 2022), hlm.17.

hipotesis masih harus di uji secara empirik dengan menggunakan data hasil penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : *lifestyle* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif

H2 : *financial literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif

H3 : Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif

H4 : Religiusitas memoderasi pengaruh *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif

H5 : Religiusitas memoderasi pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi penelitian dan waktu penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Padangsidempuan Utara. Waktu penelitian ini dilakukan mulai oktober 2023 sampai April 2024.

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif Menurut KBBI, Kuantitatif artinya berdasarkan jumlah atau banyaknya. Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang mengambil data dalam jumlah yang banyak. Bisa puluhan, ratusan, atau mungkin ribuan. Hal ini dikarenakan populasi responden penelitian kuantitatif sangat luas.⁷⁷ Penelitian bertujuan untuk mengilustrasikan keadaan masalah sosial seadanya dan mencakup pengumpulan data menggunakan metode pengujian statistik.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang atau makhluk hidup, tetap

⁷⁷ musfirah ET AL., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Insan Cendekia Mandiri, 2022), hlm.3.

juga benda-benda alam lainnya.⁷⁸ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Padangsidempuan Utara pada generasi Z dari umur 20-24 tahun. Jumlah populasi yang tercakup dalam penelitian ini adalah 4.912 jiwa masyarakat Kecamatan Padangsidempuan Utara pada generasi Z Tahun 2020.⁷⁹

2. Sampel

Sampel adalah Sebagian besar dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.⁸⁰ Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden).⁸¹

⁷⁸ Sandu Siyoto And Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Literasi Media Publishing, 2015), hlm.63.

⁷⁹ “Badan Pusat Statistik Kota Padangsidempuan,” accessed November 23, 2023, <https://padangsidempuankota.bps.go.id/indicator/12/36/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>.

⁸⁰ Siyoto And Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, hlm.64.

⁸¹ Dominikus Dolet Unadrajan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Grafindo, 2019), hlm.114.

Dari uraian diatas, karna jumlah populasi lebih dari 100 orang maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran populasi yaitu 4.912 Gen-Z Padangsidimpunan

e : Persentase keterikatan karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teori Slovin, jumlah sampel diketahui menggunakan rumus Slovin⁸² yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{4.912}{1 + 4.912 (0,1)^2} \\ &= \frac{4.912}{50,12} \\ &= 98,00 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka yang akan menjadi sampel dari penelitian ini adalah sebesar 98 sampel.

⁸² Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021) Hlm.77.

D. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang di dapatkan atau dikumpulkan oleh peneliti langsung.⁸³ Sehingga data tersebut dapat diolah dan ditarik kesimpulan. Instrument pengumpulan data yang akan menentukan atau tidaknya suatu penelitian merupakan arti dari pengumpulan data. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Wawancara adalah metode untuk memperoleh data primer dari responden. Peneliti bertatap muka secara langsung dengan responden kemudian mengajukan beberapa pertanyaan.⁸⁴
2. Angket adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada subjek peneliti terkait dengan topik yang diteliti.⁸⁵

Tabel III. 1 Kisi-kisi Angket

No	Variabel	Indikator	No. Item Soal
1	Perilaku konsumtif (Y)	1. Membeli secara berlebihan 2. Pemenuhan gaya hidup 3. Membeli karena unik	1,2 3,4 5
2	<i>Lifestyle</i> (X1)	1. Kegiatan 2. Minat 3. Pendapat	1 2,3 4,5

⁸³ karimuddin Abdullah; Misbahul Jannah; Ummul Aiman; Suryadin, Hasda; Zahara Fadilla; Taqwin; Masita; Ketut Ngurah Ardiawan, And Meilida Eka Sari., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), Hlm.64.

⁸⁴ Sirilius Seran, *Metedologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), Hlm.36.

⁸⁵ Sirilius seran, hlm.132.

3	<i>Financial Literacy</i> (X2)	1. Pengetahuan umum pengelolaan keuangan 2. Tabungan dan pinjaman 3. Asuransi	1,2 3,4 5
4	Religiusitas (Z)	1. Keyakinan 2. Pengalaman 3. Pengetahuan agama 4. Pengalaman dan konsekuensi	1 2,3 4 5

Instrumen yang menggunakan skala Ordinal dibuat dalam bentuk ceklis.

Setiap indikator dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan positif dan pernyataan negative.

Tabel III. 2 Penilaian Skala

5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	KS	Kurang Setuju
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

E. Teknik Analisis Data

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan aplikasi Smart PLS versi 4 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis Model Pengukuran (*Outer Models*)

Model pengukuran (*outer model*) sering juga disebut *outer relation* atau *measurement mode*, mendefinisikan tata cara setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Evaluasi model pengukuran atau outer model dilakukan untuk menilai validitas dan realibilitas model. Hubungan antar variabel laten dengan indikator-

indikatornya dispesifikasikan oleh Analisa *Outer model*. Berikut merupakan kriteria outer model:

Tabel III. 3 Kriteria Outer Model

Evaluasi	Parameter	Kriteria
Validitas	<i>Loading factor</i>	<i>Outer loading</i> >0,7
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	>0,5
Reliabilitas	<i>Composite reliability</i>	>0,6
	<i>Cronbach's Alpha</i>	>0,7

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

- a. Validitas konvergen (*convergent validity*) yaitu berhubungan dengan prinsip bahwa indikator - indikator dari sebuah variabel seharusnya berkolerasi tinggi. Nilai Convergent dilihat dari outer loading $\geq 0,7$, Selanjutnya, Uji *Average Variance Extracted (AVE)*, yaitu digunakan untuk mengetahui nilai validitas suatu konstruk. Adapun suatu variabel dikatakan valid apabila nilai AVE $\geq 0,50$.⁸⁶
- b. 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. Selanjutnya, *Cronbach's Alpha* yang memperkuat nilai *Composite reliability* yangmana suatu variabel dapat dikatakan reliable apabila nilainya $> 0,7$.⁸⁷

⁸⁶ Prana Ugiana Gio, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Dengan Software Smartpls* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2022), hlm.14.

⁸⁷ Gio, hlm.14.

2. Analisis Model Struktural (*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 *predictive 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 III. 4 Kriteria 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.

Berdasarkan tabel yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dijelaskan:

- a. *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).⁸⁸
- b. *Effect Size* (f^2), pengujian ini untuk memprediksi pengaruh darivariabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam struktur

⁸⁸ Ayatulloh Michael Musyaffi, Hera Khairunnisa, And Dwi Kismayanti Respati, *Konsep Dasar Structural Equation Model- Partial Least Square (Sem-PLs) Menggunakan SmartPLS* (Pascal Books, 2022), hlm.13.

model. Standar pengukuran yaitu 0,02 (kecil), 0,15 (menengah), dan 0,35 (besar).⁸⁹

3. Uji 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 10% untuk menguji hipotesis-hipotesis penelitian atau pengaruh antara variabel. Untuk mengetahui bahwasanya hipotesis yang ada berpengaruh signifikan positif atau negatif ditentukan Tabel berikut ini :

Tabel III. 5 Pengujian Hipotesis

evaluasi	kriteria
<i>Signifikansi (2-tailed)</i>	t-value 1.65 (signifikansi level = 10%). ¹¹³

Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa uji hipotesis untuk outer model dengan indikator reflektif dilakukan dengan melihat nilai t-statistik outer dan dibandingkan dengan nilai $t_{table} = 1,96$ pada tingkat signifikansi 10%. Jika $t_{statistik} > t_{table}$ maka indikator reflektif valid dan reliabel sebagai pengukur konstruk. Selanjutnya, uji hipotesis untuk inner model dilakukan dengan melihat nilai t-statistik, jika $t_{statistik} > t_{table}$ maka dapat disimpulkan variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

⁸⁹ Musyaffi, Khairunnisa, and Respati, hlm.13.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kecamatan Padangsidimpuan Utara

1. Keadaan Geografis

Kecamatan Padangsidimpuan Utara terletak di bagian Selatan Kota Padangsidimpuan, terletak pada $01^{\circ} 21' 30''$ – $01^{\circ} 21' 20''$ lintang utara dan $99^{\circ} 14' 30''$ – $99^{\circ} 16' 10''$ bujur timur. Yang seluruh wilayahnya berada pada hamparan dataran tinggi dengan ketinggian elevasi berkisar antara 260 - 1100 meter diatas permukaan laut. Kecamatan Padangsidimpuan Utara merupakan kecamatan terkecil di Kota Padangsidimpuan, dengan luas 14,97 Km² yang terdiri dari 16 desa/kelurahan. Wilayah kecamatan Padangsidimpuan Utara berbatasan dengan kecamatan Padangsidimpuan Hutaimbaru, di sebelah selatan berbatasan dengan kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan, dan di sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua.

Keadaan iklim pada Kecamatan Padangsidimpuan Utara adalah iklim tropis. Karena Letak Kecamatan Padangsidimpuan Utara dekat dengan garis khatulistiwa. Kecamatan terkecil yaitu Padangsidimpuan Utara dengan produksi yang paling utama dalam sektor perkebunan dan hasil perkebunan yang lain adalah karet, kopi, kelapa, coklat, cengkeh, kemiri, dan kulit manis.

2. Pemerintahan

Pemerintahan Kota Padangsidimpuan terbentuk sejak tanggal 17 Oktober 2001 dan terdiri dari 5 kecamatan termasuk kecamatan Padangsidimpuan utara. Dimana pada awal terbentuknya, Kecamatan Padangsidimpuan Utara terdiri dari 12 kelurahan. Pada tahun 2005 daerah kota Padangsidimpuan dimekarkan menjadi 6 kecamatan dan kecamatan padangsidimpuan utara dimekarkan menjadi 16 kelurahan.

3. Perbandingan Antar Kecamatan

Padangsidimpuan memiliki luas wilayah sekitar 146,85 km². Dan Luas Kecamatan Padangsidimpuan Utara merupakan urutan terakhir dari enam kecamatan yaitu sekitar 9,66 persen.

Adapun tabel jumlah penduduk menurut kecamatan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 1 Jumlah Penduduk Padangsidimpuan

kecamatan	Jumlah penduduk (jiwa)
Padangsidimpuan Tenggara	34,713
Padangsidimpuan Selatan	70.242
Padangsidimpuan Batunadua	30.037
Padangsidimpuan Utara	66.831
Padangsidimpuan Hutaimbara	19.443
Padangsidimpuan Angkola Julu	9.969
Jumlah	231.062

Sumber : Badan Pusat Statistik Padangsidimpuan

B. Hasil Analisis Data

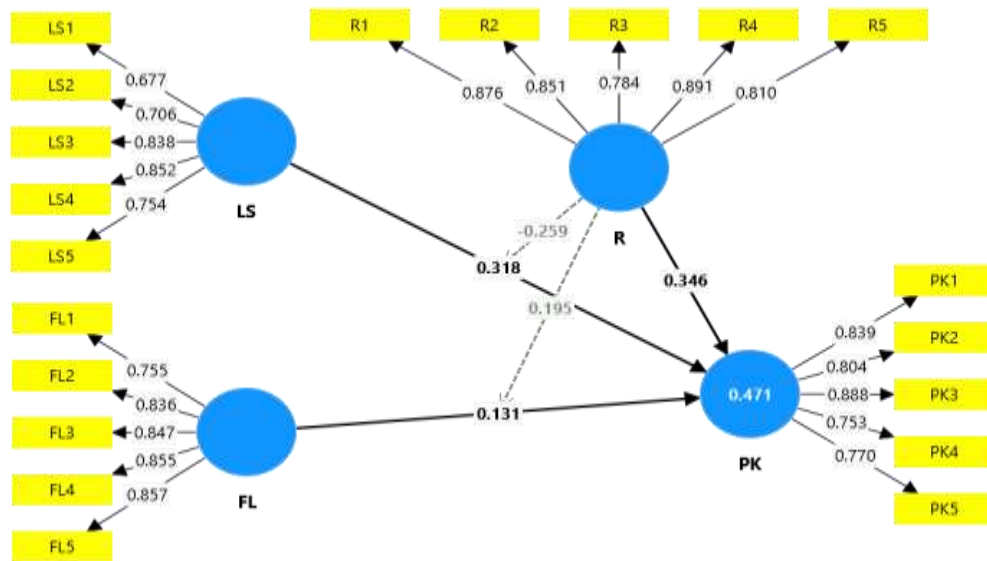
Bagian ini digunakan untuk mendeskripsikan data sehingga dapat dipahami, untuk membuat kesimpulan mengenai karakteristik populasi berdasarkan data yang didapatkan dari sampel. Adapun Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data menggunakan SmartPLS 4 adalah sebagai berikut:

1. Analisis pengujian indikator (*outer model*)

a. Validitas konvergen

Indikator dianggap valid apabila nilai koefisien $> 0,7$. Factor loadings pada penelitian ini semua variabel indikatornya sudah memiliki nilai $> 0,7$. Hal ini berarti indikator dapat dianggap valid. Untuk menguji convergent validity digunakan nilai outerloading atau loading Factor. Suatu Indikator dinyatakan memenuhi convergent validity dalam kategori baik apabila outer loadings $> 0,7$. Berikut disajikan model hasil korelasi antara indikator dengan konstraknya setelah dilakukan analisis menggunakan smartPLS ver. 4.0 sebagai berikut:

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



Sumber : data output smartPLS versi 4.0 yang diolah (2024)

Model diatas merupakan output dari hasil analisis PLS Algoritma tahap pertama yang diperoleh bahwa satu indikator item pertanyaan tidak valid, dimana satu item tersebut akan di eliminasi untuk lakukan pengujian kembali. Untuk lebih lanjut peneliti menyajikan hasil tahap pertama ini pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 2 Hasil *Output Outer Loading* Tahap I

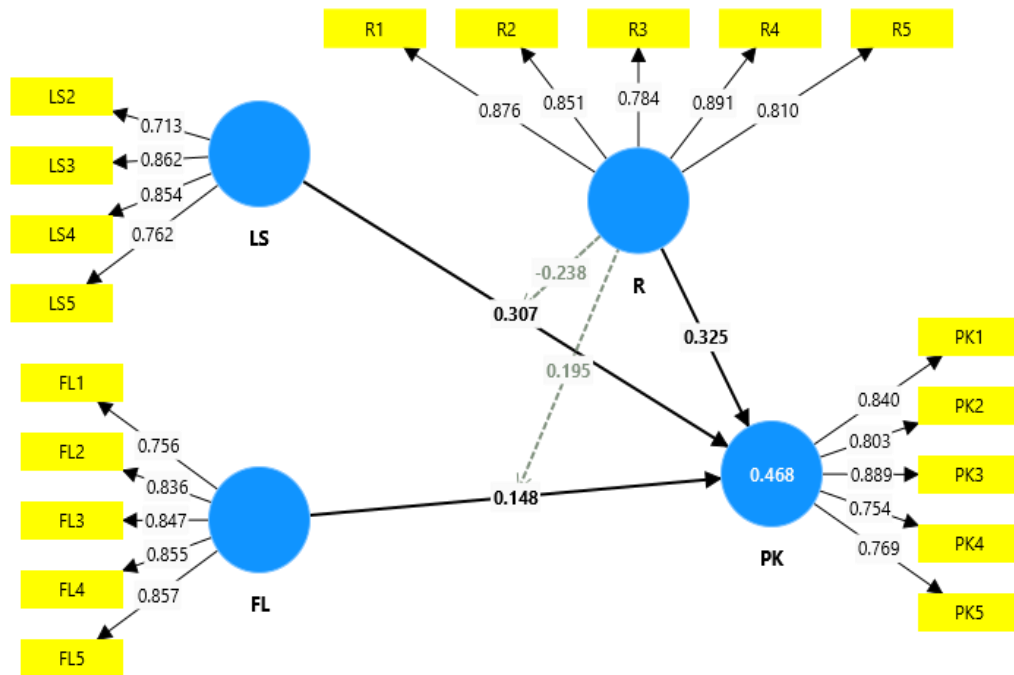
Variabel	Indicator		Loading faktor	Rule of thumb	kesimpulan	
<i>Lifestyle</i>	Kegiatan	LS1	0,677	>0,7	Tidak Valid	
		LS2	0.706	>0,7	Valid	
	Minat	LS3	0,838	>0,7	Valid	
		pendapat	LS4	0,852	>0,7	Valid
			LS5	0,754	>0,7	Valid
<i>Financial literacy</i>	Pengetahuan umum	FL1	0,755	>0,7	Valid	
		FL2	0,836	>0,7	Valid	

	pengelolaan keuangan				
	Tabungan dan pinjaman	FL3	0,847	>0,7	Valid
		FL4	0,855	>0,7	Valid
	asuransi	FL5	0,857	>0,7	Valid
Perilaku konsumtif	Membeli secara berlebihan	PK1	0,839	>0,7	Valid
		PK2	0,804	>0,7	Valid
	Pemenuhan gaya hidup	PK3	0,888	>0,7	Valid
		PK4	0,753	>0,7	Valid
	Membeli karena unik	PK5	0,770	>0,7	Valid
Religiusitas	keyakinan	R1	0,876	>0,7	Valid
	pengalaman	R2	0,851	>0,7	Valid
	Pengetahuan agama	R3	0,784	>0,7	Valid
		R4	0,891	>0,7	Valid
	Pengalaman dan konsekuensi	R5	0,810	>0,7	Valid
Variabel moderating		LS (X1) * R (Z)	1,000	>0,7	Valid
		FL (X2) * R (Z)	1,000	>0,7	Valid

Sumber : data output smartPLS versi 4 yang diolah (2024)

Berdasarkan sajian gambar dan tabel diatas, diketahui masing-masing indicator variabel penelitian dominan memiliki *outer loading* > 0,7 atau memenuhi syarat validitas, meskipun begitu terdapat satu indicator yang memiliki *outer loading* < 0,7 atau tidak memenuhi standar validitas untuk kemudian dilakukan analisis kembali guna memperoleh indicator yang valid. Berikut analisis tahap kedua yang disajikan peneliti:

Gambar IV. 2 Model Partial Least Square (PLS) Tahap II



Sumber : data output smartPLS versi 4 yang diolah (2024)

Model diatas merupakan output dari hasil analisis PLS Algoritma setelah satu indikator yang tidak valid dieleminasi dan dinyatakan semua indikator valid dan memenuhi syarat *validitas konvergen* yaitu $> 0,7$ untuk lebih lanjut peneliti menyajikan hasil tahap kedua ini pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 3 Hasil Output Outer Loading Tahap II

Variabel	Indicator	Loading faktor	Rule of thumb	kesimpulan	
<i>Lifestyle</i>	Minat	LS2	0.713	$>0,7$	Valid
		LS3	0,862	$>0,7$	Valid
	pendapat	LS4	0,854	$>0,7$	Valid
		LS5	0,762	$>0,7$	Valid
	FL1	0,756	$>0,7$	Valid	

<i>Financial literacy</i>	Pengetahuan umum pengelolaan keuangan	FL2	0,836	>0,7	Valid
	Tabungan dan pinjaman	FL3	0,847	>0,7	Valid
		FL4	0,855	>0,7	Valid
	asuransi	FL5	0,857	>0,7	Valid
Perilaku konsumtif	Membeli secara berlebihan	PK1	0,840	>0,7	Valid
		PK2	0,803	>0,7	Valid
	Pemenuhan gaya hidup	PK3	0,889	>0,7	Valid
		PK4	0,754	>0,7	Valid
	Membeli karena unik	PK5	0,769	>0,7	Valid
Religiusitas	keyakinan	R1	0,876	>0,7	Valid
	pengalaman	R2	0,851	>0,7	Valid
	Pengetahuan agama	R3	0,784	>0,7	Valid
		R4	0,891	>0,7	Valid
	Pengalaman dan konsekuensi	R5	0,810	>0,7	Valid
Variabel moderating		LS (X1) * R (Z)	1,000	>0,7	Valid
		FL (X2) * R (Z)	1,000	>0,7	Valid

Sumber : data output smartPLS versi 4 yang diolah (2024)

Berdasarkan sajian gambar dan tabel diatas, maka semua *loading factor* memenuhi syarat > 0,7 atau dikatakan semua indikator sudah valid. Selanjutnya, validitas konvergen dilihat dari nilai AVE (*average variance extracted*) dengan ketentuan nilai AVE > 0,50

maka ketentuan tersebut sudah memenuhi syarat. Hal tersebut dapat diperhatikan pada tabel berikut:

Tabel IV. 4 Discriminant Validity Metode Average variance extracted (AVE)

variabel	(AVE)
<i>Lifestyle (X1)</i>	0,640
<i>Financial literacy (X2)</i>	0,691
Perilaku konsumtif (Y)	0,660
Religiusitas (Z)	0,711

Sumber : data output smartPLS versi 4 yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa *lifestyle (X1)* memiliki nilai AVE sebesar $0,640 > 0,1$, *financial literacy (X2)* memiliki nilai AVE $0,691 > 0,1$, perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai AVE $0,660 > 0,1$ dan religiusitas (Z) memiliki nilai AVE sebesar $0,711 > 0,1$. Kesimpulannya bahwa semua nilai AVE memenuhi syarat indikator yang valid.

b. Validitas Deskriminan

Indikator suatu penelitian dikatakan memenuhi validitas deskriminan apabila nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan variabel lainnya. Berikut disajikan nilai *cross loading* pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 5 Hasil Nilai Cross Loading

	Financial Literacy (X2)	Lifestyle (X1)	Perilaku konsumtif (Y)	Religiusitas (Z)	R x FL	R x LS
FL1	0.755	0.334	0.389	0.548	-0.436	-0.348
FL2	0.836	0.261	0.381	0.548	-0.356	-0.283
FL3	0.847	0.282	0.37	0.601	-0.489	-0.322
FL4	0.855	0.343	0.404	0.666	-0.505	-0.439
FL5	0.857	0.359	0.363	0.664	-0.519	-0.397
LS1	0.161	0.677	0.284	0.122	-0.094	-0.031
LS2	0.188	0.706	0.408	0.309	-0.11	-0.25
LS3	0.29	0.838	0.454	0.317	-0.203	-0.317
LS4	0.49	0.852	0.442	0.468	-0.473	-0.411
LS5	0.289	0.754	0.332	0.247	-0.178	-0.212
PK1	0.414	0.416	0.839	0.421	-0.179	-0.393
PK2	0.332	0.369	0.804	0.352	-0.067	-0.294
PK3	0.345	0.457	0.888	0.475	-0.156	-0.451
PK4	0.474	0.362	0.753	0.551	-0.241	-0.383
PK5	0.291	0.458	0.770	0.43	-0.175	-0.366
R1	0.73	0.379	0.517	0.876	-0.534	-0.544
R2	0.596	0.318	0.496	0.851	-0.467	-0.428
R3	0.499	0.293	0.42	0.784	-0.386	-0.469
R4	0.611	0.368	0.464	0.891	-0.471	-0.525
R5	0.622	0.318	0.436	0.810	-0.471	0
R x FL	-0.555	-0.29	-0.207	-0.555	1.000	0.484
R x LS	-0.432	-0.341	-0.47	-0.567	0.484	1.000

Sumber : data output smartPLS versi 4 yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua indikator yang Menyusun masing-masing variabel dalam penelitian ini telah memenuhi validitas deskriminan yaitu dengan *cross loading* $> 0,7$.

c. Hasil uji reliabilitas

Composite reliability menguji nilai reliability indikator-indikator pada suatu variable. Variabel dapat dikatakan memenuhi composite reliability apabila nilai composite reliability dari masing-masing variabel nilainya $> 0,7$. Berikut dapat dilihat nilai *composite reliability* masing-masing variabel pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 6 Composite Reliability

Variabel	Composite reliability
Lifestyle (X1)	0,821
Financial literacy (X2)	0,888
Perilaku konsumtif (Y)	0,874
Religiusitas (Z)	0,903

Sumber : data output smartPLS versi 4 yang diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil nilai *composite reliability* memenuhi syarat. Selanjutnya, pengujian reliability juga dapat dilihat dari nilai *Cronbach'h alpha* yang disajikan pada tabel berikut :

Tabel IV. 7 Cronbach's Alpha

Variabel	<i>Cronbach'h alpha</i>
Lifestyle (X1)	0.810
Financial literacy (X2)	0,887
Perilaku konsumtif (Y)	0,870
Religiusitas (Z)	0,898

Sumber : data output smartPLS versi 4 yang diolah

Nilai *cronbach'h alpha* diatas menunjukkan nilai diatas $> 0,7$ yang membuktikan bahwa pengukuran dalam penelitian ini adalah reliabel.

2. Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah dilakukan pengujian *outer model*, selanjutnya dilakukan pengujian *inner model* (model structural) untuk melihat pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Analisis model structural menggunakan pengujian, antara lain:

a. *Coefficient of determination* (R^2)

Adapun inner model dapat dievaluasi dengan melihat R^2 (*reliabilitas indikator*) untuk konstruk model dependen dengan ketentuan semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan kemudian peneliti menyajikan tabel hasil analisis R^2 sebagai berikut:

Tabel IV. 8 Hasil *Coefficient Of Determination*

variabel endogen	R-square	R-square adjusted
Perilaku konsumtif (Y)	0,468	0,439

Sumber : hasil output smartPLS versi 4 yang diolah

Dari hasil uji R-square diatas dapat diperoleh nilai R^2 pada variabel perilaku konsumtif (Y) yaitu sebesar 0,373 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel perilaku konsumtif masyarakat kota Padangsidempuan Utara dapat dijelaskan oleh variabel *lifestyle* (X1) dan variabel *financial literacy* (X2) sebesar 46,8% dan sisanya (100% - 46,8%) yaitu sebesar 53,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.

b. Effect Size (F^2)

Pengujian ini untuk memprediksi pengaruh dari variabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam struktur model. Standar pengukuran yaitu 0.02 – 0.15 (kecil), 0.15 – 0.35 (menengah), dan + 0,35 (besar) yang memberikan efek variabel eksogen terhadap endogen.

Tabel IV. 9 Hasil Uji Effect Size (F^2)

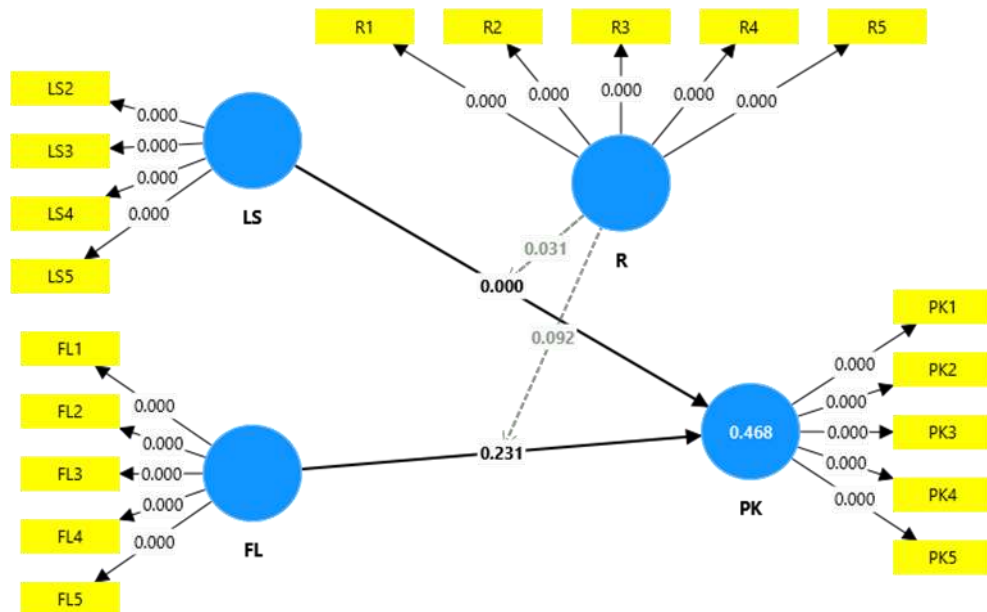
Variabel	Perilaku konsumtif (Y)
<i>Financial literacy</i> (X2)	0,018
<i>Lifestyle</i> (X1)	0,136
Religiusitas (Z)	0,072
Religiusitas (Z) x <i>Financial literacy</i> (X2)	0,079
Religiusitas (Z) x <i>Lifestyle</i> (X1)	0,062

Sumber : hasil output smartPLS versi 4

Berdasarkan hasil tabel f-square di atas maka dapat dinyatakan bahwa hampir semua variabel memiliki pengaruh lemah dalam setiap model struktural yaitu variabel *financial literacy* dengan nilai 0,018 (kecil), variabel *lifestyle* dengan nilai 0,136 (kecil), variabel religiusitas dengan nilai 0,072 (kecil), variabel religiusitas memoderasi *financial literacy* dengan nilai 0.079 (kecil) dan variabel religiusitas memoderasi *lifestyle* dengan nilai 0.062 (kecil).

3. Pengujian Hipotesis (Uji Bootstrapping)

Pengujian hipotesis data dilihat dari nilai t-test melalui metode *bootstrapping* dengan bantuan smartPLS versi 4.0 dengan nilai signifikansi 0,1 atau 10% dengan ketentuan apabila *p-value* < 0,1 artinya hubungan mempunyai pengaruh signifikan dan jika *p-value* > 0,1 artinya tidak signifikan.

Gambar IV. 3 Hasil uji *Boostrapping*

Sumber : hasil output smartPLS versi 4 yang diolah (2024)

Untuk melakukan penilaian signifikansi pengaruh antar variabel, dilakukan prosedur *bootstrapping*. Prosedur *bootstrapping* menggunakan seluruh sampel asli untuk kemudian dilakukan *resampling* kembali. Dalam metode *resampling bootstrap*, nilai signifikansi yang digunakan (two-tailed) t-value 1.65 (*significance level* 10). Tabel IV. 16 berikut menyajikan hasil uji hipotesis dalam bentuk tabel untuk model uji *bootstrapping* di atas.

Tabel IV. 10 Hasil uji hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	
FL -> PK	0.148	0.152	0.124	1.198	0.231	
LS -> PK	0.307	0.309	0.079	3.875	0.000	
R -> PK	0.325	0.333	0.131	2.493	0.013	
R x FL -> PK	0.195	0.173	0.116	1.683	0.092	
R x LS -> PK	-0.238	-0.219	0.11	2.163	0.031	

Sumber : hasil output smartPLS versi 4

Berdasarkan tabel diatas yang diperoleh dari hasil uji *bootstrapping* menggunakan smartPLS versi 4.0, maka dapat disimpulkan hasil hipotesis sebagai berikut:

- a. Variabel *Lifestyle* (X1) nilai original sample sebesar 0,307 berarah dengan p-value 0,000. Artinya p-value $< 0,1$ sehingga variabel *lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kecamatan Padangsidempuan Utara atau hipotesis pertama diterima.
- b. Variabel *Financial Literacy* (X2) nilai original sample sebesar 0,148 berarah dengan p-value 0,231. Artinya p-value $> 0,1$ sehingga variabel *financial literacy* memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kecamatan Padangsidempuan Utara atau hipotesis kedua ditolak.
- c. Variabel Religiusitas (Z) nilai original sample sebesar 0,325 berarah positive dengan p-value 0,013. Artinya p-value $< 0,1$ sehingga variabel religiusitas memiliki pengaruh positive dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kecamatan Padangsidempuan Utara atau hipotesis ketiga diterima.
- d. Hubungan religiusitas, *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif nilai original sample sebesar -0,238 artinya arah hubungan antara religiusitas, *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif adalah negative dengan nilai p-value sebesar 0,031. Artinya p-value $< 0,1$ sehingga dapat diketahui bahwa religiusitas memoderasi pengaruh *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif masyarakat kecamatan Padangsidempuan Utara atau hipotesis keempat diterima.

- e. Hubungan religiusitas, *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif nilai original sample sebesar 0,195 artinya arah hubungan antara religiusitas, *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif adalah negative dengan nilai p-value sebesar 0,092. Artinya p-value $> 0,1$ sehingga dapat diketaahui bahwa religiusitas tidak memoderasi pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif masyarakat kecamatan Padangsidimpuan Utara atau hipotesis kelima ditolak.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan penyebaran angket yang ditujukan kepada masyarakat kecamatan Padangsidimpuan Utara khususnya generasi Z dan mengolah hasil jawaban dari responden dari angket yang peneliti sebarakan melalui aplikasi Smart PLS versi 4 dari hasil uji R-square dapat diperoleh nilai R^2 pada variabel Perilaku Konsumtif (Y) yaitu sebesar 0,468 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel perilaku konsumtif Gen-Z kecamatan Padangsidimpuan Utara dapat dijelaskan oleh variabel *Lifestyle* (X1) dan juga variabel *Financial Literacy* (X2) sebesar 46,8% dan sisanya ($100\% - 46,8\%$) yaitu sebesar 53,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.

1. Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Perilaku Konsumtif Gen- Z Kecamatan Padangsidimpuan Utara

Berdasarkan hasil penelitian statistik secara parsial, variabel independen *lifestyle* (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif (Y) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ atau p-value

$< 0,1$. Kemudian nilai original sampel 0,307 menunjukkan nilai positif dan signifikan maka kesimpulannya H1 diterima. Artinya *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Mila mullya sari, Titin Agustin. Ahmad syahrizal dengan judul “Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen keuangan syariah” yang menyatakan Gaya hidup yang berlebihan atau mengikuti tren maka akan ditakutkan akan mengalami kesulitan ekonomi untuk pengelolaan keuangan dimasa depan. Oleh sebab itu setiap individu harus bisa menyamaratakan gaya hidup dan pemahaman literasi keuangan agar terhindar terjadinya perilaku konsumtif yang akan merugikan.

2. Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Gen- Z Kecamatan Padangsidempuan Utara

Berdasarkan hasil penelitian statistik secara parsial, variabel independen *financial literacy* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif (Y) dengan nilai signifikansi $0,231 > 0,1$ atau $p\text{-value} > 0,1$. Kemudian nilai original sampel 0,148 menunjukkan nilai negative dan tidak signifikan maka kesimpulannya H2 ditolak. Artinya *financial literacy* berpengaruh negative dan tidak signifikan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Marisyah Dwi Ambarsari, Nadia Asandimitra dengan judul “Pengaruh *financial literacy*, *lifestyle*, konformitas, *money attitude*, dan *e-*

money terhadap perilaku konsumtif Generasi Z penggemar K-pop” yang menyatakan *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya tingkat *financial literacy* tidak selalu berdampak pada perilaku mengkonsumsi, dikarenakan kondisi setiap individu akan berbeda-beda berdasarkan faktor seperti kebutuhan, lingkungan, maupun budaya dari masing-masing individu.

3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Gen- Z Kecamatan Padangsidempuan Utara

Berdasarkan hasil penelitian statistik secara parsial, variabel Religiusitas (Z) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) dengan nilai signifikansi $0,013 < 0,1$ atau $p\text{-value} < 0,1$. Kemudian nilai original sampel 0,325 menunjukkan nilai positif dan signifikan maka kesimpulannya H3 diterima. Artinya religiusitas berpengaruh positif dan signifikan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Muhammad Isa, H. Aswadi Lubis, Ilma Sari Lubis dengan judul “Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan” yang menyatakan religiusitas mempengaruhi konsumtif karena tingginya religiusitas seseorang maka dalam melakukan konsumtif nya akan terjaga sesuai dengan perilaku konsumtif dalam islam yang baik dan benar.

3. Religiusitas Memoderasi *Lifestyle* Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z Kecamatan Padangsidempuan Utara

Dari hasil penelitian statistik secara parsial, variabel moderating yaitu religiusitas (Z) memoderasi *lifestyle* (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y). Nilai signifikansi diperoleh $0,031 < 0,1$ atau $p\text{-value} < 0,1$ kemudian nilai original sampel $-0,238$ maka kesimpulannya H4 diterima, bernilai positif dan signifikan. Artinya, apabila menetapkan religiusitas, maka memoderasi atau memperkuat pengaruh *lifestyle* Gen- Z di kota Padangsidempuan Utara.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Bayu Ananda, Kusnelndi, Aas nurasyiah dengan judul “Efek moderasi religiusitas pada pengaruh pendapatan terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga muslim” yang menyatakan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perilaku religiusitas menjadi faktor pendukung masyarakat dalam mengonsumsi suatu produk religiusitas akan menekan sifat konsumtif manusia sehingga seseorang akan lebih berperilaku ekonomi yang sehat dan tidak boros, jauh dari tabdzir, isyraf dan selalu menghindari konsumsi yang haram.

4. Religiusitas Memoderasi *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Gen- Z Kecamatan Padangsidempuan Utara

Dari hasil penelitian statistik secara parsial, variabel moderating yaitu religiusitas (Z) tidak memoderasi *financial literacy* (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y). Nilai signifikansi diperoleh $0,092 > 0,1$ atau $p\text{-value} > 0,1$ maka kesimpulannya H4 ditolak, bernilai negatif dan tidak signifikan. Artinya, apabila menetapkan religiusitas, maka tidak memoderasi atau memperkuat pengaruh *financial literacy* Gen- Z di kota Padangsidempuan Utara.

value $> 0,1$ kemudian nilai original sampel $0,195$ maka kesimpulannya H_5 ditolak, bernilai positif dan tidak signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* tidak memoderasi pengaruh perilaku konsumtif Gen- Z kota Padangsidempuan Utara.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Fuad Abdul Fattah, Mintasih Indriayu, Sunarto yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganya” variabel literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif, begitu sebaliknya apabila tingkat literasi keuangan rendah maka semakin tinggi perilaku konsumtif siswa.

D. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menghadapi beberapa permasalahan berupa kekurangan yang berpengaruh terhadap kondisi dari penelitian yang dilakukan. Adapun keterbatasan penelitian ini bisa menjadi perhatian bagi peneliti-peneliti yang akan datang untuk menyempurnakan penelitian ini. Adapun keterbatasan tersebut antara lain:

1. Ukuran sampel pada penelitian ini tergolong kecil atau tidak mampu mewakili populasi masyarakat secara keseluruhan di Kecamatan Padangsidempuan Utara. Hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan biaya dari peneliti sendiri sehingga tidak dapat mencerminkan realitas yang lebih luas.

2. Peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan pendapat yang sebenarnya. Hal tersebut terjadi karena adanya perbedaan pemikiran dan pemahaman yang berbeda setiap responden.
3. Meskipun menemui keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian, peneliti selalu berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian. Alhasil, dengan segala usaha dan kerja keras serta bantuan pembimbing skripsi ini dapat diselesaikan

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pada pembahasan dan analisis data mengenai Pengaruh *Lifestyle* dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Religiusitas sebagai variabel moderating yang dilakukan oleh peneliti jenis data kuantitatif dengan cara menyebarkan angket menggunakan metode analisis yang digunakan yaitu, analisis data dengan PLS SEM maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama menyatakan bahwa *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen- Z di kecamatan Padangsidempuan Utara.
2. Hasil uji hipotesis kedua menyatakan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Gen-Z di kecamatan Padangsidempuan Utara.
3. Hasil uji hipotesis ketiga menyatakan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Gen-Z di kecamatan Padangsidempuan Utara
4. Hasil uji hipotesis keempat menyatakan bahwa religiusitas memoderasi *lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Gen- Z di kecamatan Padangsidempuan Utara.

5. Hasil uji hipotesis kelima menyatakan bahwa religiusitas memoderasi *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Gen- Z di kecamatan Padangsidempuan Utara.

B. Impikasi

Implikasi adalah suatu konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian ini mengenai Pengaruh *Lifestyle, Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating di kecamatan Padangsidempuan Utara. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

- a. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen-Z di Kecamatan Padangsidempuan Utara. Peneliti yang memberikan angket kepada responden, lalu responden memberikan sebuah tanggapan bahwasanya *lifestyle* sangat penting bagi kalangan Gen-Z sekarang. Jika tidak mengikuti hal yang sedang tren sekarang para Gen-Z bisa dikatakan kurang *up to date* atau kolot oleh teman. Maka karena sifat gengsi, maka para Gen-Z sekarang memiliki gaya hidup yang bisa dikatakan berlebihan.
- b. *Financial Literacy* berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen- Z di Kecamatan Padangsidempuan Utara. Peneliti yang memberikan angket kepada responden, rata-rata

responden yang peneliti temui tidak memaksakan selalu membeli barang-barang yang sedang tren atau mengikuti gaya hidup teman yang sering nongkrong. Dikarenakan keadaan biaya yang tidak sama atau sanggup jika harus mengikuti teman.

- c. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen- Z di Kecamatan Padangsidempuan Utara. Peneliti yang memberikan angket kepada responden, lalu responden memberikan sebuah tanggapan bahwasanya tingkat religiusitasnya tinggi maka tingkat konsumtif nya rendah, karena hanya akan memenuhi hal-hal yang dibutuhkan saja tidak melakukan konsumtif yang berlebihan.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi masyarakat khususnya Gen- Z, Akamedisi, dan juga pemerintah untuk memberikan pengetahuan mengenai pentingnya pengelolaan keuangan secara baik dan benar. Agar terhindar dari sifat konsumtif yang berlebihan. Sifat konsumtif yang berlebihan memiliki dampak negatif untuk masa yang akan datang. Sikap konsumtif maupun perilaku konsumsi dapat menyebabkan seorang individu menjadi tidak hemat atau boros. Sifat tidak hemat atau boros tersebut menyebabkan seorang individu dapat terjebak hutang piutang. Oleh karena itu, sangat pentingnya pengelolaan keuangan secara baik dan benar

C. Saran

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

1. Bagi pihak pemerintahan penelitian ini dapat menjadi rujukan kedepannya untuk memberikan sosialisasi atau pengetahuan tentang mengelola *financial literacy* yang benar dan tepat agar mengurangi sifat konsumtif yang berlebihan di khususkan pada Gen-Z.
2. Bagi pihak lain atau masyarakat khususnya Gen-Z agar lebih memperhatikan perilaku dalam melakukan kegiatan konsumsi. Lebih mendahulukan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi dan tidak mementingkan keinginan semata yang akhirnya akan masuk ke dalam sifat mubazir atau boros. Cara mengatasi perilaku konsumtif diantara lain, membuat daftar prioritas kebutuhan, menabung, dan membuat anggaran belanja. Membuat daftar prioritas kebutuhan bertajuan agar kita dapat mengetahui dan mementingkan kebutuhan sehari-hari. Menabung, salah satu langkah tepat untuk menghindari terjadinya pemborosan.
3. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat membahas faktor-faktor lain diluar variabel yang telah dibahas dalam penelitian, kemudian menambah lebih banyak referensi mengenai teori peneliti agar dapat mempermudah untuk mendapatkan hasil yang sesuai lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Angga Wilandika. *Mahasiswa, Religiusitas, Dan Efaksi Diri*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Aprinthasari, Mutiara Nabila, and Widiyanto Widiyanto. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi.” *Business and Accounting Education Journal* 1, no. 1 (June 8, 2020): 65–72. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i1.38925>.
- Azhari akmal tarigan, Isnaini harahap, Muhammad yafiz, M.Ridwan. *Pengantar Ekonomi Islam*. Bandung: Ciptapustaka Media, n.d.
- Azizah. wawancara, September 2, 2023.
- “Badan Pusat Statistik Kota Padangsidimpuan.” Accessed November 23, 2023. <https://padangsidimpuankota.bps.go.id/indicator/12/36/1/jumlah- penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>.
- Baiq Fitri Arianti. *Literasi Keuangan*. Jawa Tengah: Cv. Pena Persada, 2021.
- Bambang Suyardi dan Bahrul Hayat. *Religiusitas*. Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021.
- Bambang Sudaryana, and Ricky Agusiady *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish, 2022.
- Bayu Ananda, Kusnendi, Aas nurasyiah. “Efek Moderasi Religiusitas Pada Pengaruh Pendapatan Terhadap Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Muslim” Vol.12 No.1 (2020).

- Choerudin, Achmad, Zulfachry, Rahmatya Widyaswati, Lady Diana Warpindyastuti, Jana Siti Nor Khasanah, Budi Harto, Nita Fauziah Oktaviani, et al. *Literasi Keuangan*. Global Eksekutif Teknologi, 2023.
- Delyana rahmawany. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” 2 (2018).
- Delyana Rahmawany Pulungan. “Analisis Perilaku Keuangan Mahasiswa Yang Dipengaruhi Oleh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Orang Tua,” 2020.
- Dominikus Dolet Unadrajan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Grafindo, 2019.
- Dwi Ajeng Kusumawardhani, Evita Purnaningrum. “Penyebaran Pengguna Digital Wallet Di Indonesia Berdasarkan Google Trends Analytics” Vol.17 No.2 (2021).
- Eddy Rohayedi, Maulina. “Konsumerisme Dalam Perspektif Islam” 4 no.1 (2020).
- Febriani, Nufian, and Wayan Weda Asmara Dewi. *Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. Universitas Brawijaya Press, 2019.
- Firdatul Aini, Rifdatul Maulidiyah, Moh Firdaus Hidayanto. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian” Vol.14 (2022).
- Fuad Abdul Fatta , Mintasih Indriayu, Sunarto. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar” Volume 4 Nomor 1 (2018).
- Gio, Prana Ugiana. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Dengan Software Smartpls*. Uwais Inspirasi Indonesia, 2022.

- Gracela Natasha Luas, Sapto Irawan , Yustinus Windrawanto. “Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” Vol. 13 No. 1, (2023).
- Harahap, Isnaini. *Hadis-hadis Ekonomi*. Prenada Media, 2017.
- Harpa Sugiharti, Kholida Atiyatul Maula. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa,” 2019.
- Hermawan Kartajaya. *Marketing Klasik Indonesia*. Jakarta: Mizan, n.d.
- Imam Machali,. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.
- “Impulsive Buying – P2TKP.” Accessed December 12, 2023. <https://usd.ac.id/pusat/p2tkp/impulsive-buying/>.
- Ismanto, Hadi, Anna Widiastuti, Harjum Muharam, Irene Rini Demi Pangestuti, and Fathur Rofiq. *Perbankan Dan Literasi Keuangan*. Deepublish, 2019.
- Jefri Putri Nugrah, Dian Alfiah, and Gairah Sinulingga, dkk. *Teori Perilaku Konsumsi*. Pekalong: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- Jumal Ahmad. *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022.
- Karimuddin Abdullah; Misbahul Jannah; Ummul Aiman; Suryadin, Hasda; Zahara Fadilla; Taqwin; Masita; Ketut Ngurah Ardiawan;, and Meilida Eka Sari. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021.

Kuliah Al Islam - Mencerdaskan dan Mencerahkan. “Gaya Hidup Konsumtif Dalam Pandangan Islam,” January 10, 2022. <https://www.kuliahislam.com/2022/01/gaya-hidup-konsumtif-dalam-pandangan-.html>.

Manshur Razak. *Perilaku Konsumen*. Alauddin, n.d.

Marisyah Dwi Ambarsari, Nadia Asandimitra. “Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Konformitas, Moneyattitude, Dan e-Moneyterhadap Perilaku Konsumtif Generasi Zpenggemar K-Pop” Volume 11 Nomor 3 (2023).

Mashur Razak. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press, 2016.

Masnawi. *Bahasa Arab Qur’ani*. Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2021.

Melinda, Lisbeth Lesawengen, Fonny J. Waani. “Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau” Vol. 2 No. 1 (2022).

Mila mulya, Titin agustin, Ahmad syahrizal. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah” Vol.1 No.2 (2023).

M.Quraish Shihab. *Tafsir Al- Mishbah Vol.1*. Jakarta: Lentera Hati, 2005.

———. *Tafsir Al-Misbah*. vol. 5 vols. Jakarta: Lentera Hati, 2005.

———. *Tafsir Al-Misbah Vol.9*. vol. 9 vols. Jakarta: Lentera Hati, 2005.

Muhamad Taufik , Pandu Hyangsewu , Isni Nur Azizah. “Pengaruh Faktor Religiusitas Terhadap Perilaku Kenakalan Remaja Di Lingkungan Masyarakat” Vol.6 No.1 (2020).

- Muhammad Isa, H. Aswadi Lubis, Ilma Sari Lubis. "Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan" 3 No. 1 (2020).
- Musfirah, Imron Burhan, Nurul Afifah, and Sri Nirmala Sari. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Insan Cendekia Mandiri, 2022.
- Musyaffi, Ayatulloh Michael, Hera Khairunnisa, and Dwi Kismayanti Respati. *Konsep Dasar Structural Equation Model- Partial Least Square (Sem-PLS) Menggunakan Smartpls*. Pascal Books, 2022.
- Naning Fatmawatie. *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*. Yogyakarta: IAIN Kediri Press, 2022.
- Nashrudin Latif, S. Sos, Chindi Dwi Aprilia, Arrafi Rahmad Auliansyah, Gita Raditya, Maretha Zukar, and Nadiva Tri Adella S. *Perilaku Konsumen*. Mega Press Nusantara, 2023.
- Nurul Safura Azizah. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial" 01 (2020).
- Parents. "Mengenal Gen Z," September 27, 2023. <https://parent.binus.ac.id/2023/09/mengenal-gen-z/>.
- "Perilaku Konsumtif Pembawa Petaka Di Era Modern." Accessed December 11, 2023. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15276/Perilaku-Konsumtif-Pembawa-Petaka-Di-Era-Modern.html>.
- Putri Annisa. wawancara, September 12, 2023.
- Rahmat Madjid. *Perilaku Konsumen (Edisi Revisi)*. Deepublish, 2023.

- Rina ekaningdiyah anggarasari. "Hubungan Tingkat Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga," Yogyakarta.
- Rizky Ramadini Febrinda dan Rahayu Ningsih. "Kesiapan Digitalisasi Sistem Pembayaran Non Tunai Di Pasar Rakyat" Vol.13 No.2 (2022).
- Rois Nafi'ul Umam. "Aspek Religiusitas Dalam Pengembangan Resiliensi Diri Di Masa Pandemi Covid-19" Vol. 4, No. 2 (2021).
- shalsabila. wawancara, September 5, 2023.
- Sinta Tambunan, Nofinawati, Hamni Fadlilah Nasution. "Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Syahada Padangsidempuan)" Volume 01/Edisi 02 (2022).
- Sirilius seran. *Metedologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Siti Samsiyah, Nashrudin Latif, Chindi Dwi Aprilia, Arrafi Rahmad Auliansyah, Gita Raditya, Maretha Zukar, and Nadiva Tri Adella S. *Perilaku Konsumen*. Mega Press Nusantara, 2023.
- Siyoto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing, 2015.
- Sri Wening. *Waspada Konsumerisme*. Sukoharjo: rumahaksara, 2020.
- Veithzal Rivai Zainal, Nurul Huda, dkk. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Pt. Cahaya Prima Sentosa, 2018.
- Vinna Sri Yuniarti. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.

Wardani, Laila Meiliyandrie Indah, and Ritia Anggadita. *Konsep Diri Dan*

Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja. Penerbit NEM, 2021.

Wayan Weda Asmara Dewi. *Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press, 2022.

Yunita Tri Kumala Sari, Grendi Hendrastomo, dan Nur Endah Januart. “Belanja

Online Dan Gaya Hidup Mahasiswa Di Yogyakarta,” 2020.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Mei Shara Hasibuan
2. Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidimpuan, 14 Mei 2002
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak ke : 2 dari 4 Bersaudara
6. Alamat : Jln.A.Rahman Gg.Kmp.Melayu,
Padangsidimpuan
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. No. Telepon/HP : 0813 3925 8670
9. Email : Meisarahhasibuan@gmail.com

II. PENDIDIKAN

- G. SD Negeri 200103, Padangsidimpuan (2008-2014)
- H. SMP Negeri 3 Padangsidimpuan (2014-2017)
- I. SMK Negeri 1 Padangsidimpuan (2017-2020)
- J. Program Strata 1 (S1) Ekonomi Syariah Universitas
Islam Negeri SyekhAli Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan (2020-2024)

III. IDENTITAS ORANG TUA

6. Nama Ayah : Alm. Armen Hasibuan
7. Pekerjaan Ayah : -
8. Nama Ibu : Siti Sabedah Tanjung
9. Pekerjaan Ibu : Wiraswasta
10. Alamat : Jln.A.Rahman Gg.Kmp.Melayu,
Padangsidimpuan

IV. MOTTO HIDUP

Tidak ada yang mustahil bagi yang berusaha.

TABULASI DATA MENTAH

1. Perilaku Konsumtif (Y)

No. Responden	Daftar Jawaban Responden					Total Skor
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	3	3	4	5	5	20
2	3	2	3	2	1	11
3	2	3	2	4	2	13
4	3	2	3	3	3	14
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	5	5	25
9	2	4	2	2	4	14
10	3	3	2	2	5	15
11	5	4	4	5	5	23
12	4	4	5	4	4	21
13	4	5	4	3	2	18
14	2	3	3	2	2	12
15	1	1	1	5	1	9
16	2	1	3	2	3	11
17	5	5	3	4	5	22
18	3	3	4	4	4	18
19	4	3	3	4	4	18
20	4	4	4	4	4	20
21	3	4	3	2	3	15
22	2	2	1	2	3	10
23	3	3	3	4	4	17
24	4	4	3	4	4	19
25	3	4	4	3	4	18
26	4	3	2	1	4	14
27	2	4	3	3	3	15
28	3	2	1	2	3	11
29	4	4	4	4	4	20
30	4	2	4	4	4	18
31	3	3	4	4	4	18
32	4	5	4	4	4	21
33	2	1	2	3	4	12
34	4	4	4	5	4	21

35	4	4	4	4	5	21
36	2	2	2	2	2	10
37	4	4	3	4	4	19
38	2	2	2	3	2	11
39	3	3	3	5	5	19
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	4	4	5	23
43	3	3	3	3	4	16
44	5	5	5	5	5	25
45	3	3	3	4	4	17
46	1	3	2	1	4	11
47	3	2	1	5	1	12
48	4	4	4	4	4	20
49	5	5	5	5	5	25
50	4	4	4	4	5	21
51	2	3	2	3	2	12
52	3	3	5	4	5	20
53	3	1	1	1	1	7
54	4	4	4	4	4	20
55	3	3	3	2	4	15
56	4	5	4	4	4	21
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	3	5	20
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	4	20
61	5	3	4	3	3	18
62	4	4	4	4	4	20
63	4	3	4	4	3	18
64	4	4	4	4	4	20
65	4	3	3	4	3	17
66	4	3	4	4	3	18
67	4	4	5	5	4	22
68	2	3	4	4	3	16
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20
71	5	3	5	5	5	23
72	3	3	3	4	4	17
73	4	4	4	4	4	20

74	3	3	4	4	4	18
75	5	5	5	5	5	25
76	5	5	5	5	5	25
77	1	2	3	4	5	15
78	5	2	4	5	4	20
79	3	3	3	3	4	16
80	4	4	3	4	3	18
81	2	3	4	3	4	16
82	5	4	4	5	5	23
83	5	5	5	5	5	25
84	3	3	3	4	4	17
85	4	3	4	4	4	19
86	4	5	4	5	5	23
87	4	4	4	4	4	20
88	5	4	4	5	5	23
89	5	5	5	4	5	24
90	4	4	4	3	5	20
91	3	3	4	4	4	18
92	5	5	5	5	5	25
93	4	3	4	4	5	20
94	4	4	4	5	4	21
95	4	4	4	5	4	21
96	3	3	3	5	4	18
97	5	5	5	5	4	24
98	4	4	4	4	4	20

2. Lifestyle (X1)

No.Responden	Daftar Jawaban Responden					Total Skor
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	3	4	4	4	4	19
2	2	3	3	4	3	15
3	2	2	2	3	4	13
4	2	3	4	3	2	14
5	3	2	3	3	3	14
6	4	4	3	4	4	19
7	4	4	5	5	5	23
8	4	4	4	4	2	18
9	4	5	4	5	4	22

10	3	4	2	3	4	16
11	4	4	4	4	4	20
12	4	5	5	4	5	23
13	3	2	3	2	3	13
14	2	4	4	1	2	13
15	3	1	3	4	4	15
16	2	3	2	1	3	11
17	3	2	4	4	4	17
18	4	4	4	3	3	18
19	3	5	2	2	3	15
20	1	3	1	2	2	9
21	2	2	3	3	4	14
22	4	4	1	2	3	14
23	3	4	4	4	4	19
24	4	3	3	3	3	16
25	4	4	4	4	4	20
26	4	3	2	3	4	16
27	4	2	3	3	2	14
28	3	3	2	3	4	15
29	4	4	4	4	4	20
30	3	4	5	5	4	21
31	2	2	2	2	2	10
32	4	4	4	4	4	20
33	3	3	2	3	3	14
34	3	3	3	3	3	15
35	4	3	4	4	4	19
36	3	4	4	3	3	17
37	5	4	5	5	4	23
38	1	2	3	2	3	11
39	4	4	4	4	4	20
40	3	4	4	3	4	18
41	4	4	3	4	4	19
42	3	4	4	3	4	18
43	3	5	3	3	2	16
44	3	3	4	3	4	17
45	4	4	4	4	4	20
46	5	4	3	2	3	17
47	4	1	2	3	2	12
48	4	4	4	4	4	20

49	4	4	3	4	4	19
50	4	5	4	4	4	21
51	4	2	2	2	2	12
52	4	4	4	4	4	20
53	3	4	4	3	4	18
54	2	4	4	4	4	18
55	3	3	4	2	3	15
56	3	2	4	4	4	17
57	2	3	3	3	3	14
58	4	4	4	4	4	20
59	4	3	4	5	5	21
60	3	4	4	3	4	18
61	2	3	2	3	3	13
62	3	4	3	4	5	19
63	5	5	5	5	5	25
64	4	4	3	4	4	19
65	3	3	3	4	4	17
66	3	4	4	3	4	18
67	5	5	5	5	5	25
68	3	4	3	3	2	15
69	3	4	4	3	4	18
70	4	5	3	3	2	17
71	4	4	3	4	4	19
72	3	3	3	3	3	15
73	4	4	4	4	4	20
74	5	4	4	4	4	21
75	5	5	4	4	4	22
76	3	4	4	4	4	19
77	2	3	2	3	2	12
78	4	4	4	4	4	20
79	3	3	4	3	4	17
80	3	5	4	5	4	21
81	3	4	4	3	4	18
82	3	5	4	4	4	20
83	4	5	5	5	5	24
84	4	3	4	5	5	21
85	4	2	3	3	4	16
86	4	5	4	4	4	21
87	4	3	4	4	4	19

88	3	5	4	4	3	19
89	3	4	4	4	3	18
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	4	5	5	4	4	22
93	3	5	5	5	3	21
94	4	4	4	4	4	20
95	4	5	4	4	4	21
96	3	4	5	4	4	20
97	3	4	4	2	4	17
98	4	4	4	4	4	20

3. Financial Literacy (X2)

No. Responden	Daftar Jawaban Responden					Total Skor
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	5	5	4	4	23
2	4	3	2	4	3	16
3	2	3	3	4	4	16
4	3	4	3	2	3	15
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	3	5	3	19
7	5	5	5	5	5	25
8	1	5	5	5	5	21
9	3	4	4	4	4	19
10	3	2	3	2	3	13
11	4	2	4	4	4	18
12	5	4	4	3	5	21
13	4	2	3	2	1	12
14	1	2	1	2	2	8
15	5	4	5	4	5	23
16	4	3	2	1	4	14
17	5	5	5	5	5	25
18	2	5	3	5	3	18
19	4	4	2	4	4	18
20	5	5	5	5	5	25
21	2	3	2	3	2	12
22	2	3	3	2	1	11
23	4	3	3	3	4	17

24	4	4	4	4	4	20
25	5	4	4	4	4	21
26	3	2	1	2	3	11
27	4	3	2	2	2	13
28	3	4	5	4	3	19
29	4	4	4	4	4	20
30	5	5	4	4	5	23
31	4	4	3	4	4	19
32	4	4	4	4	4	20
33	3	2	1	1	2	9
34	5	4	3	4	4	20
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20
38	1	2	1	1	1	6
39	4	4	4	4	4	20
40	5	4	4	5	4	22
41	5	5	4	4	4	22
42	5	4	4	4	4	21
43	2	1	1	4	2	10
44	5	4	4	4	4	21
45	5	3	2	5	5	20
46	2	3	2	3	2	12
47	3	4	2	3	2	14
48	4	5	3	4	4	20
49	5	4	4	4	4	21
50	4	4	4	4	4	20
51	4	3	3	3	4	17
52	5	4	4	4	4	21
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	2	3	3	2	14
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	4	5	5	24
58	5	4	3	4	4	20
59	4	4	3	4	4	19
60	4	4	3	4	4	19
61	3	4	4	4	3	18
62	5	4	4	5	4	22

63	4	4	4	4	4	20
64	5	3	4	4	5	21
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	4	4	20
67	4	2	2	3	3	14
68	4	3	3	4	4	18
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	5	25
71	5	4	4	4	4	21
72	5	4	3	4	4	20
73	4	5	4	4	4	21
74	3	5	4	4	4	20
75	4	3	4	4	4	19
76	4	5	4	4	4	21
77	1	2	3	4	5	15
78	4	4	4	4	4	20
79	3	3	1	2	3	12
80	4	3	3	5	5	20
81	3	2	3	2	3	13
82	4	4	3	4	4	19
83	4	4	3	4	4	19
84	4	4	3	4	5	20
85	4	3	3	2	1	13
86	5	5	4	5	5	24
87	4	4	3	4	4	19
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	4	3	3	4	3	17
91	4	3	4	4	4	19
92	5	5	4	4	4	22
93	4	4	2	2	4	16
94	4	4	3	4	4	19
95	4	4	4	4	4	20
96	5	5	3	5	5	23
97	1	2	1	1	1	6
98	4	4	4	4	4	20

4. Religiusitas (Z)

No. Responden	Daftar Jawaban Responden					Total Skor
	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	
1	4	4	3	4	4	19
2	4	3	2	3	4	16
3	3	3	4	2	3	15
4	4	5	4	5	4	22
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	4	5	5	24
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	5	4	4	21
11	5	5	4	4	4	22
12	5	4	4	4	4	21
13	2	3	4	5	4	18
14	2	1	2	3	1	9
15	5	3	2	5	5	20
16	3	2	1	2	3	11
17	5	2	2	4	4	17
18	5	5	3	4	4	21
19	5	4	4	4	4	21
20	4	4	4	4	4	20
21	1	4	2	3	2	12
22	2	1	2	1	2	8
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	4	20
26	2	1	2	2	2	9
27	2	1	2	1	5	11
28	2	3	2	1	2	10
29	4	4	3	4	4	19
30	4	4	3	4	4	19
31	5	4	4	4	4	21
32	5	4	4	5	4	22
33	3	2	1	4	3	13
34	5	4	3	4	5	21
35	4	5	4	4	4	21

36	2	2	2	2	2	10
37	4	4	4	4	4	20
38	2	4	3	3	3	15
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	4	20
42	5	4	3	4	5	21
43	3	3	4	3	4	17
44	5	4	4	4	5	22
45	5	4	4	4	5	22
46	1	2	3	2	1	9
47	1	2	2	2	5	12
48	4	3	4	4	4	19
49	5	5	5	5	5	25
50	5	5	4	5	5	24
51	3	3	1	2	1	10
52	5	5	5	5	5	25
53	4	3	4	4	4	19
54	4	4	4	4	4	20
55	1	1	3	3	3	11
56	4	4	4	4	4	20
57	5	4	4	4	4	21
58	5	4	3	5	4	21
59	4	4	4	4	4	20
60	3	4	3	4	4	18
61	4	3	3	4	3	17
62	5	5	4	4	5	23
63	4	4	4	4	4	20
64	5	3	4	4	5	21
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	4	4	20
67	4	2	2	3	3	14
68	4	3	3	4	4	18
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	5	25
71	5	4	4	4	4	21
72	5	4	3	4	4	20
73	4	5	4	4	4	21
74	3	5	4	4	4	20

75	4	3	4	4	4	19
76	4	5	4	4	4	21
77	4	5	4	3	2	18
78	4	4	4	4	4	20
79	2	1	4	2	3	12
80	4	3	3	5	5	20
81	4	4	3	4	3	18
82	4	4	3	4	4	19
83	4	4	3	4	4	19
84	4	4	3	4	5	20
85	2	2	3	3	4	14
86	5	5	4	5	5	24
87	4	4	3	4	4	19
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	4	3	3	4	3	17
91	4	3	4	4	4	19
92	5	5	4	4	4	22
93	4	4	2	2	4	16
94	4	4	3	4	4	19
95	4	4	4	4	4	20
96	5	5	3	5	5	23
97	1	2	1	1	1	6
98	4	4	4	4	4	20

Lampiran Dokumentasi







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 : 3704 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/06/2023
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

09 Juni 2023

Yth;

1. Delima Sari Lubis, MA : Pembimbing I
2. Damri Batubara, M.A : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, kami menetapkan judul skripsi mahasiswa dibawah ini :

Nama : Mei Shara Hasibuan
NIM : 2040200032
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **PENGARUH LIFESTYLE DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING.**

Diharap kepada Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing mahasiswa tersebut.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

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 : 96 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/01/2024 09 Januari 2024
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Kepala Kantor Kesbangpol Kota Padangsidempuan

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Mei Shara Hasibuan
NIM : 2040200032
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Lifestyle dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Religiusitas sebagai Variabel Mcderating**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

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

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

JLN. Jend. Besar Abdul Haris Nasution PAL IV Pijorkoling
e-mail : kesbangpolkotasp@gmail.com Telepon (0634) 21681 Fax 7366414

REKOMENDASI SURAT KETERANGAN RISET
NOMOR: 071/3.368.0 /KKBP/2023

- Dasar : a. Undang-undang Nomor 04 Tahun 2001 tentang Pembentukan Kota Padangsidempuan;
b. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana telah diubah beberapa kali, terakhir dengan Undang-undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah;
c. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian yang telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
d. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
e. Surat Dari Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nomor : 96/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/01/2024 Tanggal 09 Januari 2024 Perihal Permohonan Surat Izin Riset.

MEMBERI IZIN KEPADA:

NAMA : MEI SAHARA HASIBUAN
NIM : 2040200032
ALAMAT : JL.A.RAHMAN KAMPUNG MELAYU
JUDUL RISET : "PENGARUH LIFESTYLE DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING"
LOKASI RISET : WILAYAH KERJA DI KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN UTARA "
LAMA RISET : BULAN 01 JANUARI S/D 30 APRIL 2024
ANGGOTA RISET : 1 Orang (Satu)
PENANGGUNG JAWAB : Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si

Setelah selesai melaksanakan kegiatan Izin Riset dimaksud yang bersangkutan berkewajiban memberikan 1 (satu) set laporan hasil Riset kepada Wali Kota Padangsidempuan Up. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Padangsidempuan.
Demikian izin Riset ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 30 NOVEMBER 2023
An. WALI KOTA PADANGSIDIMPUAN
Plt. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIKI
KOTA PADANGSIDIMPUAN



RAHMAN SIMBUL HALOMOAN, S.Pd.I
Penata Urut
NIP. 19821106 201101 1 007

Tembusan kepada Yth :

- 1. Bapak Pj. Wali Kota Padangsidimpuan (sebagai laporan)**
- 2. Sdra/I Camat Padangsidimpuan Utara**
- 3. Sdra/I Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si (Penanggung Jawab)**
- 4. Yang bersangkutan**
- 5. Arsip**