

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Masyarakat Indonesia telah merasakan perubahan yang pesat akibat modernitas dan globalisasi, yang memaksa mereka untuk terus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Saat ini, globalisasi mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang sosial ekonomi yang meningkatkan standar hidup masyarakat. Akibatnya, konsumsi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari karena kebutuhan manusia yang terus menerus. Meskipun manusia mampu memenuhi kebutuhan mereka, sering kali mereka merasa kurang atau tidak puas dengan apa yang dimiliki. Ketika satu kebutuhan terpenuhi, kebutuhan lain segera muncul.<sup>1</sup>

Perilaku konsumtif yang juga banyak terlihat pada zaman sekarang lebih disebabkan oleh proses perkembangan zaman yang juga semakin modern, bukanlah semata-mata berasal dari keinginan internal individu. Modernitas membawa berbagai perubahan signifikan yang juga mempengaruhi cara hidup serta juga pola pikir masyarakat. Teknologi canggih, akses informasi yang juga cepat, serta juga kemudahan berbelanja melalui platform digital semuanya berkontribusi pada meningkatnya perilaku konsumtif.<sup>2</sup> Hasil survei konsumen Bank Indonesia menunjukkan peningkatan konsumsi masyarakat seiring dengan pemulihan ekonomi dan mobilitas yang meningkat. Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) meningkat menjadi 126,1 pada April 2023 dari 123,3 pada Maret 2023. Indeks Kondisi Ekonomi Saat Ini (IKE) juga naik menjadi 116,6 pada bulan April 2023 dari 113,1 pada bulan Maret 2023 yang menunjukkan optimisme konsumen. Kenaikan Indeks Ekspektasi Konsumen (IEK) menjadi 135,5 pada bulan April 2023 dari 133,5 pada bulan sebelumnya.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Rusdi Raprayogha, Muslimin Kara, dan Nahda Dahlan, "PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KELOMPOK TEMAN SEBAYA DAN LIFESTYLE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI NEGERI DI KOTA MAKASSAR" 3, no. 2 (2021).

<sup>2</sup> Nikmatul Afifah dan Deny Yudiantoro, "Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif," *Journal of Management* 05, no. 02 (2022): 366, <https://doi.org/DOI: 10.37531/yume.vxix.345>.

<sup>3</sup> BENEDIKTUS KRISNA YOGATAMA, "Tingkat Konsumsi Masyarakat Menguat," Mei 2023, <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/05/09/konsumsi-masyarakat-masih-kuat>.

Kegiatan konsumsi dapat menjadi bermasalah ketika individu lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, sehingga mereka cenderung mengonsumsi barang secara berlebihan yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan. Fenomena ini dikenal sebagai perilaku konsumtif.<sup>4</sup>

Individu dengan perilaku konsumtif cenderung lebih mengutamakan keinginan pribadi daripada kebutuhan yang sesungguhnya, dengan tujuan semata-mata untuk mendapatkan kesenangan.<sup>5</sup> Studi mengenai perilaku konsumtif menarik perhatian karena fenomena ini juga meluas ke kehidupan remaja akhir di Kota Kudus. Hal ini terjadi karena dalam masyarakat, remaja berinteraksi dengan individu lain yang memiliki pola pikir baru, gaya hidup yang berkembang pesat, pengetahuan teknologi dan informasi yang lebih maju, serta akses terhadap fasilitas lengkap seperti kendaraan, smartphone, dan perangkat elektronik lainnya. Perilaku konsumtif kini tidak lagi hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi lebih difokuskan pada pemenuhan keinginan untuk meningkatkan status sosial, menjaga citra diri, atau mengikuti tren.<sup>6</sup>

Menurut Ancok, perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tanpa batas, di mana mereka lebih mengedepankan emosi daripada rasionalitas didalam pengambilan keputusan.<sup>7</sup> Fenomena ini ditandai oleh pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih menekankan pada keinginan daripada kebutuhan esensial, sering kali dipengaruhi oleh dorongan untuk mencari kesenangan dan kepentingan duniawi semata.<sup>8</sup> Perilaku konsumtif merujuk pada cara seorang konsumen dalam memilih, mempergunakan, serta juga mendapatkan barang

---

<sup>4</sup> Khasan Setiaji Ayun Romadloniyah, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender," *Economic Education Analysis Journal* 9, no. 1 (2020): 50–64, <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>.

<sup>5</sup> Melinda, Lisbeth Lesawengen, dan J. Waani, "Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado)" 2 No 1 (t.t.): 6.

<sup>6</sup> Dede Mustomi dan Aprilia Puspasari, "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA," *CERMIN: Jurnal Penelitian* 4, no. 1 (1 Juli 2020): 133, [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v4i1.496](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496).

<sup>7</sup> Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ritia Anggadita, *KONSEP DIRI DAN KONFORMITAS PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA* (PENERBIT NEM, 2021), [https://books.google.co.id/books/about/KONSEP\\_DIRI\\_DAN\\_KONFORMITAS\\_PADA\\_PERILAKU.html?id=mFY1EAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/KONSEP_DIRI_DAN_KONFORMITAS_PADA_PERILAKU.html?id=mFY1EAAAQBAJ&redir_esc=y).

<sup>8</sup> Yola Armelia dan Agus Irianto, "Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Ecogen* 4, no. 3 (26 Oktober 2021): 418, <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509>.

yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhan esensial, tetapi lebih dipengaruhi oleh keinginan untuk mengikuti tren, mencoba hal baru, ataupun mencari pengakuan sosial dengan pengaruh kuat dari faktor emosional. Perilaku konsumtif sering kali diimplementasikan secara berlebihan sebagai upaya untuk mencapai kepuasan ataupun kebahagiaan, meskipun pada kenyataannya kebahagiaan yang juga diperoleh bersifat sesaat.<sup>9</sup> Dorongan emosional memainkan peran besar didalam perilaku konsumtif. Iklan yang menarik, promosi menarik, serta juga eksposur terhadap gaya hidup glamor di media sosial dapat memperkuat keinginan untuk terus membeli barang-barang baru. Faktor-faktor ini mendorong individu untuk mendapatkan kebahagiaan serta juga status sosial dengan kepemilikan barang-barang konsumsi tertentu.<sup>10</sup> Mempunyai gaya hidup yang juga lebih sederhana juga dapat membantu mengurangi dorongan untuk membeli barang-barang yang juga tidak diperlukan, sehingga mencapai kesejahteraan finansial serta juga emosional yang lebih baik.<sup>11</sup>

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal serta juga eksternal yang juga kompleks. Faktor internal seperti motivasi, kepribadian, gaya hidup, serta juga situasi ekonomi individu memainkan peran penting didalam membentuk pola konsumsi mereka. Motivasi internal, seperti keinginan untuk memperoleh kepuasan emosional ataupun penghargaan sosial, dapat mendorong individu untuk terlibat didalam perilaku konsumtif. Selain itu, kepribadian seseorang termasuk tingkat impulsivitas ataupun hati-hati, juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Gaya hidup yang juga hedonis ataupun materialistis juga dapat memperkuat perilaku konsumtif, terutama jika individu terbiasa dengan gaya hidup yang mengutamakan kepemilikan barang-barang mewah. Di sisi lain, faktor eksternal seperti budaya, kelas sosial, serta juga pengaruh kelompok juga memainkan peran besar didalam membentuk perilaku konsumsi. Budaya yang juga menekankan nilai-nilai konsumtif ataupun status sosial yang juga didasarkan pada

---

<sup>9</sup> Arbanur Rasyid, "PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF AGAMA ISLAM," *Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi* 5, no. 2 (2019), <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/yurisprudentia>.

<sup>10</sup> E. Fromm, *Masyarakat yang sehat / Erich Fromm*, 1 ed. (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 1995, t.t.).

<sup>11</sup> Arif Rahmat, Asyari Asyari, dan Hesi Eka Puteri, "Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (10 Juli 2020): 39, <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>.

kepemilikan barang-barang tertentu dapat mendorong individu untuk terlibat didalam konsumsi yang berlebihan. Tekanan dari kelompok sebaya ataupun komunitas juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian individu, dikarenakan mereka mungkin merasa perlu untuk menyesuaikan diri dengan tren ataupun memiliki barang-barang yang sama dengan teman-teman mereka.<sup>12</sup> Selain itu, Faktor lain yang juga memengaruhi perilaku konsumtif termasuk status sosial ekonomi orang tua, konformitas, literasi keuangan.<sup>13</sup> Sedangkan menurut Khairinal faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif meliputi media sosial, pendidikan ekonomi keluarga, dan juga konformitas. Jadi perilaku konsumtif ialah hasil dari interaksi kompleks antara faktor-faktor tersebut, serta juga untuk mengatasi perilaku konsumtif yang juga berlebihan, diperlukan pendekatan holistik yang juga melibatkan pendidikan, pengelolaan motivasi, serta juga pemahaman tentang pengaruh lingkungan sosial serta juga budaya.<sup>14</sup>

Berdasarkan penelitian dari Maulana dan juga rekan-rekannya, media sosial telah mengalami perkembangan yang juga signifikan didalam memengaruhi perubahan sosial, khususnya di kalangan generasi milenial. Media sosial sebagai platform daring yang juga memfasilitasi interaksi virtual tanpa batasan lokasi ataupun waktu, telah menjadi bagian integral didalam kehidupan sehari-hari.<sup>15</sup> Dalam konteks ini, media sosial bukanlah hanya sekadar wadah digital untuk mendapatkan informasi, tetapi juga menjadi tempat bagi pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, berkolaborasi,

---

<sup>12</sup> Lutfiah Lutfiah, Muhammad Basri, dan Heni Kuswanti, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI PPAPK FKIP UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK," *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 11, no. 3 (7 Maret 2022), <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>.

<sup>13</sup> Khasan Setiaji Ayun Romadloniyah, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender," *Economic Education Analysis Journal* 9, No. 1 (2020): 50–64, <https://doi.org/10.15294/Eeaj.V9i1.37224>.

<sup>14</sup> Khairinal Khairinal, Siti Syuhada, Dan Rissa Stepani Sitingjak, "Pengaruh Media Sosial, Konformitas, Dan Pendidikan Ekonomi Keluarga, Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Smk 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022," *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, No. 2 (2022), <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i2>.

<sup>15</sup> Irfan Maulana, Jovanna Merseyside Br. Manulang, Dan Ossya Salsabila, "Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif Di Era Ekonomi Digital," *Majalah Ilmiah Bijak* 17, No. 1 (1 April 2020): 28–34, <https://doi.org/10.31334/Bijak.V17i1.823>.

berkomunikasi, serta juga membangun jejaring social.<sup>16</sup> Tren penggunaan media sosial semakin meluas di masyarakat, bahkan dengan hanya memiliki satu akun saja. Hal ini membuktikan bahwasanya media sosial telah bertransformasi menjadi sebuah kebutuhan pokok didalam kehidupan modern. Namun, di balik keberadaannya yang juga luas, media sosial juga memiliki dampak yang juga signifikan didalam membentuk perilaku konsumtif. Media sosial sering menampilkan gaya hidup yang juga glamor dan konsumtif, menciptakan dorongan bagi pengguna untuk membeli barang-barang yang juga sebenarnya tidak mereka butuhkan, semata-mata untuk meniru tren ataupun terlihat sesuai dengan citra yang juga diproyeksikan. Pengaruh dari selebriti ataupun influencer yang juga mempromosikan produk di media sosial dapat memengaruhi para remaja akhir untuk membeli barang tertentu, meskipun sebenarnya tidak diperlukan.<sup>17</sup> Didalam konteks ini, banyak remaja merasa tertekan untuk membeli barang ataupun mengikuti tren tertentu demi kesesuaian dengan lingkungan ataupun apa yang juga mereka lihat di media sosial. Penelitian oleh Riki Khrishananto dan Muhammad Ali Adriansyah juga membuktikan adanya pengaruh positif serta juga signifikan dari media sosial terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, media sosial bukanlah hanya alat komunikasi ataupun hiburan semata, tetapi juga memiliki peran yang juga signifikan didalam membentuk pola perilaku konsumsi individu. Hal ini menunjukkan pentingnya kesadaran akan dampak media sosial didalam pengambilan keputusan konsumsi, serta perlunya pendidikan serta juga literasi digital yang juga lebih baik untuk membantu individu mengelola konsumsi mereka dengan lebih bijak.<sup>18</sup>

Aspek penting didalam kehidupan sehari-hari di masyarakat luas ialah keuangan. Literasi keuangan sebagai keterampilan yang juga memadai untuk membuat keputusan

---

<sup>16</sup> Mitron Bayu Ismawan Dan Heni Purwa Pamungkas, "Pengaruh Media Sosial Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Online Shop," *Jambura Economic Education Journal* 5, No. 1 (14 Desember 2022): 32–41, <https://doi.org/10.37479/Jeej.V5i1.15215>.

<sup>17</sup> Susilawati Susilawati Dkk., "Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi," *Jpek (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 6, No. 1 (2 Juli 2022): 186–99, <https://doi.org/10.29408/Jpek.V6i1.5715>.

<sup>18</sup> Riki Khrishananto Dan Muhammad Ali Adriansyah, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Generasi Z," *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 9, No. 2 (26 Juni 2021): 323, <https://doi.org/10.30872/Psikoborneo.V9i2.5973>.

keuangan yang bijaksana, berkomunikasi secara terbuka mengenai uang serta juga aspek finansial, merencanakan masa depan, serta juga secara gesit menyesuaikan diri dengan kehidupan yang memengaruhi keputusan keuangan harian, termasuk perkembangan ekonomi secara umum, memainkan peran krusial didalam menopang stabilitas finansial individu serta juga masyarakat.<sup>19</sup> Literasi keuangan ialah kombinasi dari pengetahuan, sikap, serta juga keterampilan yang memungkinkan individu untuk mengelola sumber daya keuangan mereka secara efektif.<sup>20 21</sup> Di Indonesia, meskipun keuangan syariah memiliki potensi besar, kurangnya literasi keuangan syariah menghambat potensi tersebut. Literasi keuangan syariah mencakup kemahiran individu dalam memanfaatkan pengetahuan, sikap, dan keterampilan keuangan untuk mengatur serta mengelola sumber daya finansial mereka sesuai dengan ajaran Islam.<sup>22</sup> Faktor-faktor yang juga mempengaruhi literasi keuangan syariah termasuk status ekonomi orang tua, pendidikan didalam mengelola keuangan keluarga, serta juga pelajaran keuangan di perguruan tinggi. Pengetahuan keuangan seseorang memiliki dampak pada kemampuan mereka didalam mengelola perencanaan keuangan mereka. Literasi keuangan syariah memiliki potensi untuk membentuk perilaku konsumtif remaja dengan berakar pada prinsip moral serta juga etika keuangan. Hal ini membantu mereka tidak hanya mengelola keuangan secara efektif, tetapi juga membuat keputusan finansial yang juga sejalan dengan nilai-nilai mereka. Literasi keuangan syariah juga membantu seseorang didalam mengelola keuangan secara bertanggung jawab, mendorong mereka untuk menghindari utang dengan bunga tinggi ataupun penggunaan kartu kredit yang

---

<sup>19</sup> Irma Yunita, Fauzi Arif Lubis, Dan Nuri Aslami, “Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara),” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis* 3, No. 02 (2023): 333, <https://doi.org/10.47233/Jebs.V3i2.865>.

<sup>20</sup> Riyanto Riyanto Dan Arman Paramansyah, “Pengaruh Giro Wadiah Dan Mudharabah Terhadap Peningkatan Laba (Survey Pada Pt Bank Bri Syariah Cabang Bekasi),” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 1, No. 1 (17 Maret 2019): 81–90, <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V1i1.18>.

<sup>21</sup> Agata Safira Rahma Dany Dan Ari Susanti, “Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Surakarta,” *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 2, No. 4 (29 Desember 2022): 453–64, <https://doi.org/10.53625/Juremi.V2i4.4452>.

<sup>22</sup> Surepno Surepno Dan Siti Halimatus Sa’diyah, “Tingkat Literasi Keuangan Syariah Pelaku Umkm Dan Pengaruhnya Terhadap Perkembangan Umkm Di Kecamatan Jepara,” *Aksy Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah* 4, No. 1 (13 Februari 2022): 145–62, <https://doi.org/10.15575/Aksy.V4i1.17108>.

juga dapat memicu perilaku konsumtif.<sup>23</sup> Sejalan dengan penelitian Diary Prihatini & Agus Irianto, literasi keuangan memiliki dampak positif terhadap perilaku konsumtif seseorang mengarah pada pengambilan keputusan keuangan yang juga lebih bijak serta juga bertanggung jawab didalam jangka panjang.<sup>24</sup>

Kontrol diri ialah kemampuan untuk mengendalikan diri melibatkan kemampuan untuk mengatur respons terhadap stimulus dari dalam maupun luar dengan cara yang rasional dan efektif, sehingga membantu individu menghindari hasil yang tidak diinginkan.<sup>25</sup> Menurut definisi dari Willems, kontrol diri ialah kemampuan untuk mengendalikan dorongan saat dihadapkan dengan tantangan dan godaan, yang juga terkait dengan kesejahteraan fisik serta juga psikologis, termasuk kapasitas untuk mengubah perilaku yang juga tidak diinginkan dalam konteks pembelian barang, kontrol diri memiliki peran yang juga sangat penting dikarenakan membimbing individu untuk melakukan tindakan yang juga positif, termasuk didalam pengeluaran. Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sangat signifikan, di mana tingkat kontrol diri yang juga tinggi membuat sulit bagi seseorang untuk terpengaruh ataupun tergoda oleh faktor internal maupun eksternal yang juga mendorong perilaku konsumtif. Seseorang dengan tingkat kontrol diri yang juga tinggi lebih mampu menahan diri dari pembelian impulsif serta juga lebih cenderung mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian.<sup>26</sup> Hal ini sejalan dengan penelitian yang diimplementasikan oleh Lita Tribuana, yang membuktikan bahwasanya kontrol diri memiliki pengaruh positif serta juga signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan kata lain,

---

<sup>23</sup> Agis Indah Insani, Eva Misfah Bayuni, Dan Arif Rijal Anshori, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Financial Behaviour (Perilaku Keuangan) Mahasiswa Fakultas Syariah,” *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 6, No. 2 (2020): 749, [Http://Dx.Doi.Org/10.29313/Syariah.V6i2.24631](http://Dx.Doi.Org/10.29313/Syariah.V6i2.24631).

<sup>24</sup> Diary Prihatini Dan Agus Irianto, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Jurnal Ecogen* 4, No. 1 (22 April 2021): 24, <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i1.11035>.

<sup>25</sup> Prof. Dr. Syamsul Bachri Thalib, M.Si., *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*, Cetakan Ke-1 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), [https://books.google.co.id/books?id=GhaDwaaqbj&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=GhaDwaaqbj&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false).

<sup>26</sup> Nur Ghufron, M. Dan Rini Risnawitaq S., *Teori-Teori Psikologi*, Cetakan Ii (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017).Dikutip Dalam Maulana Muhammad, “Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Unesa 2018,” *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 7, No. 2 (23 Mei 2022): 61–70, <https://doi.org/10.33084/neraca.v7i2.3510>.

kemampuan untuk mengontrol diri membantu individu dalam membuat keputusan pembelian yang lebih bijaksana serta juga mengurangi kemungkinan terjebak didalam pola konsumtif yang merugikan secara finansial serta juga psikologis.

Perilaku konsumtif di kalangan remaja akhir di Kabupaten Kudus menjadi semakin mencolok seiring dengan perkembangan zaman serta juga kemunculan berbagai penawaran produk terbaru melalui media sosial. Media sosial menjadi salah satu pemicu utama yang juga membangkitkan keinginan seseorang untuk membeli produk tanpa mempertimbangkan manfaat yang juga diperoleh. Para remaja akhir ini juga cenderung mengejar gaya hidup modern demi menghindari terkesan ketinggalan zaman, yang juga pada akhirnya memunculkan perilaku konsumtif yang juga berlebihan. Hal ini dapat dilihat dari penampilan serta juga gaya berpakaian mereka yang senantiasa mengikuti tren ataupun mode saat ini. Gaya hidup mereka sering tercermin dari tempat-tempat nongkrong seperti kafe dengan makanan ataupun minuman yang terkesan mewah, dipergunakan untuk berkumpul ataupun berfoto bersama.

Perilaku konsumtif ini tidak terlepas dari masalah didalam proses keputusan pembelian. Remaja sering kali tergoda untuk langsung membeli barang yang juga mereka sukai tanpa melakukan pertimbangan yang juga matang. Hal ini mengakibatkan uang gaji ataupun uang saku yang juga seharusnya disisihkan untuk ditabung habis dipergunakan untuk pembelian impulsif. Mereka cenderung tergoda untuk membeli barang secara impulsif saat berbelanja, baik karena tertarik pada barang yang juga unik, untuk gengsi dengan mengikuti tren terbaru, ataupun hanya karena merasa bahwasanya apa yang juga mereka miliki saat ini tidak memadai. Dengan demikian, perilaku konsumtif remaja akhir tidaklah hanya berdampak pada aspek keuangan pribadi mereka, tetapi juga mempengaruhi pola pengeluaran serta juga pola tabungan mereka di masa depan.

Hasil pengamatan terhadap penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang juga mempengaruhi perilaku konsumtif, ditemukan adanya beberapa *research gap* didalam penelitian tersebut. Penelitian yang diimplementasikan oleh Fauzi Kurniawan dan Muthoma Innah Hasibuan menunjukkan bahwasanya penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja usia 15-18 tahun di Lingkungan II

Kelurahan Dwikora Helvetia.<sup>27</sup> Namun, penelitian yang diimplementasikan oleh Dede Mustomi dan Aprilia Puspasari membuktikan hasil yang berbeda, menyatakan bahwasanya media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Keterbatasan uang jajan serta juga kebutuhan hidup yang juga tidak terlalu banyak mungkin menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi hasil ini. Namun, perlu diingat bahwasanya hal tersebut tidak selalu menjadi patokan utama, dikarenakan karakteristik responden juga dapat berperan didalam hasil penelitian. Ada kemungkinan bahwa beberapa responden tidak memiliki minat ataupun kecenderungan terhadap gaya hidup konsumtif, yang juga mempengaruhi hasil penelitian secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut mungkin diperlukan untuk memperjelas hubungan antara penggunaan media sosial serta juga perilaku konsumtif, serta faktor-faktor lain yang juga dapat memengaruhi hasil penelitian.<sup>28</sup>

Terdapat perbedaan hasil antara penelitian yang diimplementasikan oleh Ayun Romadloniyah dan Khasan Setiaji dengan penelitian yang diimplementasikan oleh Diary Prihatini dan Agus Irianto mengenai hubungan antara literasi keuangan serta juga perilaku konsumtif. Penelitian Ayun Romadloniyah dan Khasan Setiaji menyatakan bahwasanya literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sementara temuan Diary Prihatini dan Agus Irianto membuktikan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif serta juga signifikan terhadap perilaku konsumtif.<sup>29</sup> Dari kondisi tersebut, dapat diinterpretasikan bahwasanya semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka perilaku konsumtifnya akan cenderung meningkat. Meskipun terdapat perbedaan hasil antara kedua penelitian tersebut, hal ini membuktikan kompleksitas hubungan antara literasi keuangan serta juga perilaku konsumtif, serta kemungkinan adanya faktor-faktor lain

---

<sup>27</sup> Fauzi Kurniawan Dan Muthoma Innah Hasibuan, “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Usia 15-18 Tahun Di Lingkungan Ii Kelurahan Dwikora Helvetia,” *Learning Community: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah* 5, No. 2 (30 September 2021): 39, <https://doi.org/10.19184/Jlc.V5i2.30815>.

<sup>28</sup> Dede Mustomi Dan Aprilia Puspasari, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Cermin: Jurnal Penelitian* 4, No. 1 (1 Juli 2020): 133, [https://doi.org/10.36841/Cermin\\_Unars.V4i1.496](https://doi.org/10.36841/Cermin_Unars.V4i1.496).

<sup>29</sup> Khasan Setiaji Ayun Romadloniyah, “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender,” *Economic Education Analysis Journal* 9, No. 1 (2020): 50–64, <https://doi.org/10.15294/Eeaj.V9i1.37224>.

yang juga dapatl memengaruhi penelitian.<sup>30</sup> Perbedaan ini juga menunjukkan pentingnya untuk melakukan penelitian lanjutan guna lebih memahami hubungan antara literasi keuangan serta juga perilaku konsumtif, serta faktor-faktor lain yang juga mungkin memengaruhi hubungan tersebut. Dengan pemahaman yang juga lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, dapat dikembangkan strategi serta juga program yang juga lebih efektif didalam meningkatkan literasi keuangan serta juga mengurangi perilaku konsumtif yang juga tidak sehat.

Terdapat perbedaan hasil penelitian antara penelitian diimplementasikan oleh Nola dan Ida dengan penelitian yang juga diimplementasikan oleh Dewi Kumalasari dan Yohanes Hadi Soesilo mengenai hubungan antara pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Nola dan Ida menyatakan bahwasanya tidak terdapat pengaruh signifikan pada variabel self control terhadap perilaku konsumtif.<sup>31</sup> Sementara itu, penelitian yang diimplementasikan oleh Dewi Kumalasari dan Yohanes Hadi Soesilo membuktikan bahwasanya kontrol diri mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.<sup>32</sup> Artinya, mahasiswa yang juga memiliki tingkat kontrol diri yang juga tinggi cenderung memiliki tingkat perilaku konsumtif yang juga rendah. Perbedaan hasil penelitian ini membuktikan kompleksitas didalam hubungan antara pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami secara lebih mendalam hubungan antara pengendalian diri serta juga perilaku konsumtif. Dengan pemahaman yang juga lebih baik mengenai faktor-faktor yang juga memengaruhi perilaku konsumtif, dapat dikembangkan strategi serta juga intervensi yang lebih efektif dalam mengelola perilaku konsumtif yang tidak sehat.

---

<sup>30</sup> Diary Prihatini Dan Agus Irianto, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Jurnal Ecogen* 4, No. 1 (22 April 2021): 24, <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i1.11035>.

<sup>31</sup> Nola Arum Indah Ashari, “Pengaruh Penggunaan E-Money, Gaya Hidup, Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stie Surakarta” 4, No. 5 (2023).

<sup>32</sup> Dewi Kumalasari Dan Yohanes Hadi Soesilo, “Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 12, No. 1 (2019), <https://dx.doi.org/10.17977/Um014v12i12019p061>.

Berdasarkan pada pembahasan mengenai perilaku konsumtif dan juga faktor-faktor yang mempengaruhinya serta fenomena bahwasanya terdapat perilaku konsumtif pada remaja akhir di Kabupaten Kudus, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH MEDIA SOSIAL, LITERASI KEUANGAN SYARIAH, DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA AKHIR DI KABUPATEN KUDUS”

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang berkaitan dengan variable penelitian ini, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah media social berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
2. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
3. Apakah *self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?

## C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang juga disebutkan pada penelitian ini, tujuan penelitian ini sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh media social terhadap perilaku konsumtif.
- b. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *selfcontrol* terhadap perilaku konsumtif

## D. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan bisa memberi wawasan pengetahuan yang lebih luas lagi tentang pengaruh media social, literasi keuangan syariah, serta juga *self control* terhadap perilaku konsumtif, serta untuk dijadikan acuan bagi penelitian sejenis berikutnya serta juga sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis yang juga dipelajari di perkuliahan.

### b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Penulis: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk implementasi praktis didalam bidang literasi keuangan syariah, media sosial, dan juga self control, yang juga dapat menjadi indikator perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil

penelitian ini dapat membantu penulis didalam memahami lebih didalam tentang faktor-faktor yang juga memengaruhi perilaku konsumtif serta juga bagaimana hal tersebut dapat diatasi dengan bijak.

- 2) Bagi Akademis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengetahuan dalam bidang ekonomi, khususnya dalam konteks perilaku konsumtif di era digital. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan diskusi serta juga referensi bagi mahasiswa, peneliti, serta juga akademisi yang juga tertarik untuk melakukan peneitian lebih lanjut dalam bidang yang juga sama ataupun terkait.
- 3) Bagi Masyarakat: Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang perilaku konsumtif, khususnya pada kalangan remaja akhir di Kabupaten Kudus. Informasi yang juga diperoleh dari penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan serta juga pertimbangan bagi masyarakat didalam mengelola keuangan mereka, serta mengatasi dampak negatif dari penggunaan media sosial, literasi keuangan syariah, dan self control terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dalam upaya meningkatkan kesejahteraan serta juga kualitas hidup mereka.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Bab 1 Pendahuluan yang juga terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta juga sistematika penulisan.

Bab 2 Landasan Teori. Bagian ini memaparkan teori yang juga terkait dengan pengaruh media social, literasi keuangan syariah, serta juga *self control* terhadap perilaku konsumtif.

Bab 3 Metode penelitian yang meliputi jenis serta juga pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variable, variable operasional, teknik pengumpulan data serta juga teknik analisis data.

Bab 4 Hasil penelitian serta juga pembahasan yang juga meliputi deskripsi pelaksanaan penelitian mengenai gambaran kondisi umum subjek penelitian yakni remaja akhir di Kabupaten Kudus. Selanjutnya penulis akan memaparkan mengenai analisis data yang juga menjawab terkait pengaruh media social, literasi keuangan syariah serta juga *self control* terhadap perilaku konsumtif dengan menggunakan metode kuantitatif.

Bab 5 Penutup yang juga mencakup kesimpulan dari pembahasan, serta juga saran- saran.

Pada bagian akhir penelitian, penulis cantumkan daftar pustaka yang juga menjadi referensi didalam penyusunan temuan ini, beserta lampiran-lampiran yang juga mendukung, serta daftar riwayat hidup penulis.

