

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Isu globalisasi merupakan suatu permasalahan yang lambat laun harus dihadapi oleh setiap negara. Globalisasi atau yang sering disebut dengan istilah proses nasionalisasi merupakan suatu keadaan dimana satu negara dengan negara yang lain saling berinteraksi demi terpenuhinya kebutuhan dari masing-masing negara. Hal ini menyebabkan batas-batas sebuah negara menjadi bias sehingga menimbulkan berbagai dampak. Di satu sisi, globalisasi menjadikan sebuah negara memiliki peluang untuk dapat menjadi sebuah negara yang maju, sementara di sisi lain, globalisasi menjadikan persaingan antar banyak negara lebih dinamis.<sup>1</sup>

Ada banyak jenis isu globalisasi yang sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat global, salah satunya yaitu isu globalisasi perekonomian yang menjadi nyawa dari globalisasi. Globalisasi perekonomian yang di dalamnya terdiri dari kegiatan pertukaran bisnis dan perdagangan yang sistematis menjadikan batasan perekonomian sebuah negara dapat berpengaruh terhadap batasan perekonomian negara lainnya.<sup>2</sup>

Penghapusan batasan perekonomian antar negara yang ditimbulkan karena adanya globalisasi menjadikan suatu negara memiliki peluang yang begitu besar untuk menjual produk domestiknya ke pasar global dengan kompetitif. Seiring dengan adanya peluang, globalisasi juga akan memberikan ancaman berupa kemungkinan tergesernya produk domestik yang disebabkan karena distribusi produk-produk global akan dengan mudah masuk ke dalam negeri.<sup>3</sup>

Kemudahan distribusi produk ke dalam pasar global mengakibatkan tingginya tingkat persaingan produk dari berbagai merek dalam menarik minat konsumen. Sementara itu, konsumen yang diberikan berbagai alternatif pilihan

---

<sup>1</sup> Lili Adi Wibowo, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran* (Bandung : CV. Alfabeta, 2017), 2.

<sup>2</sup> Lili Adi Wibowo, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, 3.

<sup>3</sup> Lili Adi Wibowo, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, 4.

produk bebas menentukan produk yang akan dibeli berdasarkan pada kriterianya, seperti pada apa yang dibutuhkan, selera, atau kemampuan untuk membelinya.<sup>4</sup>

Demi tercapainya kehidupan individu yang selaras terhadap lingkungannya, maka pemenuhan setiap aspek yang menjadi kebutuhan merupakan hal yang sangat penting. Secara umum, untuk dapat memenuhi kebutuhannya setiap orang akan melakukan kegiatan konsumsi serta akan merasa senang terhadap hal-hal bersifat konsumtif, seperti menyukai kegiatan berbelanja. Chumidatus Sa'dyah menyatakan bahwa kegiatan konsumsi merupakan upaya yang dilakukan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup dengan cara mengurangi atau bahkan menghabiskan seluruh nilai guna dari barang maupun jasa. Pendapat ini didukung oleh Alam S. yang menyatakan konsumsi merupakan cara yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui belanja produk baik barang maupun jasa.<sup>5</sup>

Membeli sebuah produk yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari merupakan suatu hal yang sangat wajar, terlebih produk yang dibeli merupakan kebutuhan pokok atau primer yang sangat penting untuk dipenuhi. Hal yang menjadi permasalahan adalah ketika upaya yang dilakukan oleh seseorang dalam memenuhi kebutuhannya yang mana mengarah kepada pola perilaku konsumtif. Pola perilaku konsumtif merupakan suatu pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang mana faktor keinginan lebih diutamakan dibandingkan dengan kebutuhan, serta lebih mengarah kepada hal-hal yang bersifat keduniawian atau kesenangan pribadi.<sup>6</sup>

Monzer Kahf menguraikan beberapa prinsip dasar dalam rasionalitas ekonomi Islam. *Pertama*, kesuksesan seorang muslim yang tidak diukur berdasarkan harta benda atau kekayaan yang dimiliki, melainkan berdasar pada seberapa jauh ia menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupannya. *Kedua*, kepercayaan seorang muslim terhadap

---

<sup>4</sup> Anita Rahmawaty, *Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam* ( Yogyakarta : STAIN Kudus Press, 2011), 2

<sup>5</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* ( Bandung : CV Pustaka Setia, 2015), 30.

<sup>6</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, 31.

adanya kehidupan di akhirat yang akan datang setelah terjadinya hari kiamat, dimana ini akan mempengaruhi setiap aspek perilaku keseharian seorang muslim yang berorientasi pada kehidupan akhirat. Tidak terkecuali saat melakukan kegiatan konsumsi, seorang muslim akan senantiasa berkonsumsi sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ada di dalam Islam.<sup>7</sup>

*Ketiga*, seorang muslim harus berupaya mendapatkan harta kekayaan dengan cara-cara yang halal, serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia dengan maksimal sesuai dengan kebutuhan tanpa disertai keinginan untuk mengeksploitasi. *Keempat*, konsumsi hanya dilakukan atas barang-barang yang *tayyib*, yakni baik, halal, serta bermanfaat, dan bukan atas barang-barang yang haram serta menyimpan banyak *mudharat*. *Kelima*, seorang muslim harus mematuhi etika konsumsi yang ada di dalam Islam, yakni adil, sederhana, bersih, serta tidak berlebih-lebihan sehingga menimbulkan kemubadziran (*israf*).<sup>8</sup>

Islam memberikan batasan konsumsi agar diterapkan oleh pemeluknya, salah satu batasan tersebut yaitu dilarangnya melakukan *israf* atau berlebih-lebihan. Perilaku *israf* tetap diharamkan meskipun produk yang dikonsumsi merupakan produk halal. Namun demikian, seorang muslim masih diperbolehkan untuk merasakan nikmatnya karunia kehidupan, selama itu masih berada dalam batas wajar dan tak berlebih-lebihan. Kelangsungan hidup yang kebutuhannya dipenuhi secara wajar akan berjalan dengan baik serta akan membawa dampak baik pula bagi kehidupan manusia. Sebaliknya, apabila memenuhi kebutuhan hidup dengan cara tidak wajar atau bahkan berlebih-lebihan, maka hal itu dapat menimbulkan dampak buruk yang ditimbulkan pada diri manusia.<sup>9</sup>

Dampak buruk yang ditimbulkan dari pemenuhan kebutuhan yang tidak wajar itu yakni inefisiensi, egoisme, *self-interest*, serta ketidakmampuan seseorang dalam memerangi hawa nafsu yang mana harta yang dimiliki hanya

---

<sup>7</sup> Anita Rahmawaty, *Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam*, 63.

<sup>8</sup> Anita Rahmawaty, *Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam*, 64.

<sup>9</sup> Sa'adatunnisa, dkk., "Pengaruh Fashion Hijab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya", *Jurnal Al-Qardh*, Vol. 2, No. 1, (2016) : 75.

dihabiskan untuk mengkonsumsi produk-produk yang tidak diperlukan serta merugikan diri sendiri. Larangan *israf* secara jelas sudah diterangkan di dalam Alquran yang salah satunya terdapat di dalam surah al-A'raf ayat 31.<sup>10</sup>

﴿يَبْنَىِٔ ءَاَدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا

تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾

Artinya : *Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.* (QS. al-A'raf : 31)<sup>11</sup>

Literasi keuangan perlu dimiliki setiap orang agar mereka mampu mengelola keuangan, sehingga mereka dapat menghindari perilaku pemborosan. Cakupan dari kemampuan literasi keuangan meliputi pengetahuan serta keterampilan dalam pengelolaan sumber keuangan pribadi secara efektif demi tercapainya kesejahteraan di masa yang akan datang.<sup>12</sup> Melalui literasi keuangan, individu akan cenderung lebih selektif dalam memilih serta memberikan penilaian dari layanan yang diberikan oleh sebuah produk baik berupa barang maupun jasa, sehingga memungkinkan baginya untuk bertindak lebih bijak sebelum melakukan kegiatan konsumsi. Literasi keuangan menurut *Program Internasional for Student Assesment* merupakan pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki individu maupun kelompok yang berguna untuk mengambil keputusan atas berbagai pilihan perencanaan keuangan yang berdampak pada meningkatnya kesejahteraan

<sup>10</sup> Sa'adatunnisa, dkk., *Jurnal Al-Qardh*, 76.

<sup>11</sup> Alquran, al-A'raf ayat 31, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2001), 154

<sup>12</sup> Dewi Kumalasari, 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*, Vol 12, No. 1 (2019) : 62

finansial di masa yang akan datang, sehingga mampu ikut berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi.<sup>13</sup>

Gaya hidup memberikan gambaran bagi setiap orang yang menyandangnya serta menggambarkan besarnya nilai moral yang dimilikinya dalam bermasyarakat. Gaya hidup merupakan sebuah seni dimana setiap orang dapat membudayakannya. Menurut Minor dan Mowen, Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uang, juga bagaimana mengalokasikan waktu. Demikian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola seseorang dalam menjalankan hidup yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan kebiasaan dalam membelanjakan uang serta bagaimana cara yang digunakan untuk mengalokasikan waktu.<sup>14</sup> Sifat konsumtif dan gaya hidup merupakan dua hal yang saling berkaitan. Demi terpenuhinya gaya hidup, seseorang akan bersifat konsumtif meskipun hal tersebut bertolak belakang dengan realitas kebutuhan dan kemampuan yang dimilikinya.<sup>15</sup>

*Self control* (pengendalian diri) merupakan suatu kemampuan yang dimiliki oleh individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya, serta kemampuan untuk mengontrol dan mengolah faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi, kemampuan untuk mengendalikan perilaku, menarik perhatian, rasa ingin mengubah sesuatu agar mirip dengan orang lain, selalu konform dengan orang lain dan menutupi apa yang sedang dirasakannya.<sup>16</sup> Adapun keterkaitannya dengan perilaku konsumtif, *self control* merupakan suatu kemampuan individu untuk mengatur perilaku, membuat keputusan dan melakukan kegiatan efektif

---

<sup>13</sup> Nurita Dewi, dkk., “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” *Journal of Economic Education*, Vol. 6 No. 1 (2017) :29-30

<sup>14</sup> Delyana Rahmawany P., Hastina Febriaty, “Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol. 2 No. 3 (2018) : 105-106

<sup>15</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, 34

<sup>16</sup> Nyoman Olivia, dkk., “Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, Vol. 9 No. 2 (2018) : 198.



yang menjadikan individu terhindar dari perilaku konsumtif sebab telah membuat keputusan yang tepat dalam berkonsumsi dan dapat terhindar dari perilaku yang berasal dari pemikiran impulsif.<sup>17</sup>

Pada lingkungan masyarakat, perilaku konsumtif memang sudah biasa terjadi, terlebih dalam lingkup perkuliahan dimana perilaku konsumtif identik dilakukan oleh para mahasiswi. Mahasiswi merupakan bagian dari masa remaja akhir, dimana pada usia tersebut mereka membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosialnya, masih dalam tahap pencarian jati diri, dan masih dalam keadaan emosi yang labil. Mahasiswi yang cenderung lebih mudah terbujuk oleh iklan, gemar mengikuti trend, tidak realistis serta lebih boros dalam menggunakan uangnya dinilai cenderung lebih konsumtif jika dibandingkan dengan mahasiswa.<sup>18</sup>

IAIN Kudus dapat dikatakan sebagai satu-satunya Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di wilayah Pantai Utara bagian timur dengan jumlah keseluruhan mahasiswa mencapai 13.553. Dari sekian banyak jumlah mahasiswa, diketahui dua pertiga di antaranya berjenis kelamin perempuan.<sup>19</sup> Hal semacam ini dijadikan oleh para pebisnis sebagai peluang untuk memasarkan produknya kepada para mahasiswi yang diketahui memiliki sifat mudah terbujuk dan gemar mengikuti *trend*. Pada akhirnya, dua keadaan yang saling mendukung tersebut akan memicu tumbuhnya sifat konsumtif dalam diri mahasiswi IAIN Kudus. Hal inilah yang kemudian dijadikan dasar oleh peneliti untuk melakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif pada mahasiswi IAIN Kudus.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada beberapa mahasiswi IAIN Kudus yang menggeluti bisnis jual

---

<sup>17</sup> Okky Dikria, Sri Umi Mintarti W., “Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013” *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 9, No. 2 (2016) : 132.

<sup>18</sup> Ririn Anggraeni, Sulis Mariyanti, “Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul”, *Jurnal Psikologi*, Vol. 12, No. 1 (2014) : 34 – 35.

<sup>19</sup> Hasil wawancara dengan Staf Administrasi FEBI IAIN Kudus, pada 02 Februari 2020.

– beli *online*, penulis mendapati fakta bahwa ternyata di IAIN Kudus tidak luput dari para mahasiswa yang berperilaku konsumtif. Menurut penuturan Nafi'atus Salamah, mahasiswi yang telah melakukan bisnis jual – beli *fashion* muslimah sejak kuliah di bangku semester tiga ini, kalangan mahasiswi adalah konsumen terbanyak dari produk *fashion* yang ia tawarkan selama ia menggeluti bisnis *online* dalam beberapa tahun terakhir. Tidak jarang ada mahasiswi yang melakukan pembelian kembali produk serupa dalam waktu yang berdekatan dengan pembelian yang sebelumnya. Ia juga mengungkapkan bahwa banyak mahasiswi yang membeli lebih dari satu produk bahkan pernah ada sampai lima produk dalam satu kali pembelian. Ia juga mengimbuhkan bahwa konsumen dari produk yang ditawarkannya kebanyakan merupakan mahasiswi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.<sup>20</sup>

Tidak berbeda jauh dari narasumber yang sebelumnya, Rina Farika mahasiswi Fakultas Dakwah yang telah menggeluti dunia bisnis jual – beli *online fashion* wanita sejak duduk di bangku SMA, menyatakan bahwa perubahan besar terjadi pada bisnis *online* yang sudah lumayan lama ia jalankan, konsumen dari produk-produk yang ia pasarkan bertambah lebih banyak semenjak ia memasuki dunia perkuliahan dan menjadi seorang mahasiswi, sebab banyak dari teman-temannya maupun orang lain yang berasal dari kalangan mahasiswi membeli produk yang ditawarkannya. Tidak jarang para mahasiswi membeli produk yang sama dengan warna yang berbeda atau bahkan melakukan pembelian kembali atas produk terbaru yang ia tawarkan padahal beberapa hari sebelumnya mahasiswi tersebut baru saja membeli sebuah produk di *online shop*-nya. Bahkan, untuk bisa memenuhi keinginannya tersebut ada beberapa mahasiswi yang rela membayar produk yang diinginkannya dengan cara mencicil. Dari banyak mahasiswi yang menjadi

---

<sup>20</sup> Hasil wawancara dengan Nafi'atus Salamah, mahasiswi IAIN Kudus pelaku bisnis *online shop*, pada 10 Oktober 2019.

konsumennya, ia mengatakan bahwa sebagian besar merupakan mahasiswi dari prodi Manajemen Bisnis Syariah.<sup>21</sup>

Hasil dari pengamatan yang dilakukan oleh penulis terhadap penelitian terdahulu mengenai beberapa faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, penulis menemukan adanya kesenjangan yang dihasilkan antar penelitian tersebut. Pada penelitian yang dilakukan oleh Haryuning Mulatsih Saputri, Siswandari, dan Binti Muchsini yang berjudul “Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah Program Khusus (PK) Kottabarat Surakarta” didapatkan hasil bahwa *financial literacy* (literasi keuangan) berpengaruh positif dan signifikan yang artinya semakin tinggi tingkat literasi keuangan siswa SMA maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.<sup>22</sup>

Sementara itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Delyana Rahmawany Pulungan dan Hastina Febriaty dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” menyatakan bahwa literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Manajemen di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) secara negatif dan signifikan, hal ini dapat dijelaskan bahwa terjadi hubungan berlawanan arah antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif atau semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa jurusan manajemen maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya.<sup>23</sup>

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Risnawati, dkk., yang berjudul “Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa” menyatakan bahwa variabel gaya hidup menunjukkan hubungan negatif dengan perilaku konsumtif yang mana hasil tersebut berbanding

---

<sup>21</sup>Hasil wawancara dengan Rina Farika, mahasiswi IAIN Kudus pelaku bisnis *online shop*, pada 10 Oktober 2019.

<sup>22</sup> Haryuning Mulatsih Saputri, dkk., “Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah Program Khusus (PK) Kottabarat Surakarta,” *Jurnal ‘Tata Arta’ UNS* 3, no 2 (2017): 93

<sup>23</sup> Delyana Rahmawany P. dan Hastina, *Jurnal Riset Sains Manajemen*,



terbalik dengan teori.<sup>24</sup> Berbeda dengan hasil penelitian Dias Kanserina, dkk., yang diberi judul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015” menunjukkan bahwa variabel gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015 secara positif dan signifikan.<sup>25</sup>

Kemudian, tidak berbeda jauh dari kedua variabel sebelumnya, variabel *self control* (kontrol diri) dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif juga terdapat kesenjangan hasil antar penelitian yang dilakukan para peneliti terdahulu. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Fuad Abdul Fattah dkk., yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian diri terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar” menyatakan bahwa *self control* mempengaruhi perilaku konsumtif siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar secara positif dan signifikan.<sup>26</sup>

Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Siti Nur Janah, dkk., yang berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan *Self Control* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta” menyatakan bahwa pengendalian mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta secara negatif dan signifikan.<sup>27</sup> Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat *self control* (pengendalian diri) mahasiswa Akuntansi Program S1

---

<sup>24</sup> Risnawati, dkk., “Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa,” *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan* 3, no 4 (2018): 434

<sup>25</sup> Dias Kanserina, “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 5, no 1 (2015): 9

<sup>26</sup> Fuad Abdul Fattah, dkk., “Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian diri terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar,” *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi* 4, no 1 (2018): 19

<sup>27</sup> Siti Nur Janah, dkk., “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta,” *Jurnal Parameter* 31, no 2 (2019): 131

Universitas Pendidikan Ganesha, maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya.

Berdasarkan pada pembahasan mengenai perilaku konsumtif dan faktor-faktor yang mempengaruhinya serta kenyataan bahwa di IAIN Kudus tidak luput dari mahasiswi yang berperilaku konsumtif, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus?
3. Apakah *self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus?
4. Apakah literasi keuangan, gaya hidup, dan *self control* berpengaruh simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2017 – 2019?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.
2. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.
3. Untuk mengetahui apakah *self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam dua hal berikut:

##### 1. Manfaat Akademis

Dapat dijadikan sebagai sarana penambah pengetahuan khususnya pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan self control terhadap perilaku konsumtif mahasiswi serta diharapkan dapat menjadi referensi dan pengembangan teori pada penelitian selanjutnya mengenai pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan self control terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.

##### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan bagi mahasiswa dalam memahami perilaku konsumtif, yang kemudian dijadikan sebagai acuan dalam hidup sehingga terhindar dari perilaku konsumtif.

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

Sistematika penulisan perlu disajikan guna memberikan kemudahan dalam memberikan penjelasan, pemahaman, dan penelaahan pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini. Skripsi ini disajikan dengan sistematika penulisan yang terdiri dari tiga bagian, yakni bagian muka, bagian isi, dan bagian akhir.

##### 1. Bagian Awal

Pada bagian awal terdiri dari Halaman Judul, Pengesahan Majelis Penguji Ujian Munaqosyah, Pernyataan Keaslian Skripsi, Abstrak, Moto, Persembahan, Pedoman Transliterasi Arab – Latin, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel.

##### 2. Bagian Utama

Pada bagian ini terdiri dari lima bab sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**  
Pada bab ini menjelaskan tentang Deskripsi Teori yang meliputi Literasi Keuangan, Gaya Hidup, *Self Control* dan Perilaku Konsumtif. Serta penjelasan mengenai Penelitian Terdahulu, Kerangka Berpikir, dan Hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**  
Bab ini meliputi Jenis dan Pendekatan penelitian, Populasi dan Sampel, Identifikasi Variabel, Variabel Operasional, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**  
Pada bab ini menjelaskan tentang Hasil Penelitian yaitu Gambaran Obyek Penelitian, dan Analisis Data yang terdiri dari Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Prasyarat, serta Uji Hipotesis. Bab ini juga akan berisi mengenai Pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**  
Bab ini meliputi Kesimpulan dan Saran.

3. **Bagian Akhir**  
Pada bagian akhir meliputi Daftar Pustaka, dan Lampiran-Lampiran yang terdiri dari Hasil Olah Data Statistik serta Daftar Riwayat Hidup.