

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Perilaku Konsumtif

###### a. Pengertian

Kebutuhan merupakan suatu aspek dalam hidup yang harus dipenuhi oleh manusia. Apabila kebutuhan tidak dipenuhi, maka manusia akan jauh dari kehidupan yang selaras dengan lingkungannya.<sup>1</sup> Pada umumnya, setiap orang akan menyenangi kegiatan konsumsi sebagai bentuk aktivitas untuk memenuhi kebutuhannya. Aktivitas ini kemudian berkembang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan saja akan tetapi juga memunculkan sifat konsumtif pada manusia yang mana sifat ini lebih didominasi oleh keinginan.

Menurut Sumartono, apabila dimaknai secara pragmatis, perilaku konsumtif merupakan sebuah tindakan mengkonsumsi atau memakai sebuah produk secara tidak tuntas. Artinya, seseorang beralih mengkonsumsi atau memakai produk lain dengan jenis yang sama sebelum produk yang telah dimiliki sebelumnya habis. Dapat juga dikatakan bahwa seseorang disebut konsumtif ketika membeli sebuah produk karena adanya hadiah yang ditawarkan, atau membeli sebuah produk karena banyak orang yang memakainya.<sup>2</sup>

Perilaku konsumtif menjadikan seseorang lebih mementingkan keinginan (*want*) dari pada kebutuhannya (*needs*), kemudian dapat disebutkan bahwa dirinya cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian serta menyukai hal-hal yang hanya berkaitan dengan materi. Ada begitu banyak definisi untuk menjelaskan makna perilaku konsumtif, akan

---

<sup>1</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2015), 30.

<sup>2</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002 ), 117.

tetapi inti dari perilaku konsumtif yaitu pembelian sebuah produk tanpa didasari rasionalitas atau tidak berdasarkan pada kebutuhan.<sup>3</sup>

Keinginan agar disebut sebagai seseorang yang modern, status sosial tinggi, dan lain sebagainya, menjadikan manusia sebagai seseorang yang materialistik hingga tidak lagi mengenali batas antara kebutuhan dan keinginan. Batas yang tidak lagi dikenali manusia itulah yang kemudian menjadi sebab dari munculnya fenomena perilaku konsumtif.

#### **b. Dimensi Perilaku Konsumtif**

Berikut ini merupakan beberapa dimensi dari perilaku konsumtif menurut Sumartono, yaitu:

##### 1) Membeli produk tanpa pertimbangan rasional

Membeli produk tanpa pertimbangan rasional merupakan salah satu ukuran untuk menentukan perilaku konsumtif yang artinya membeli barang tanpa mempertimbangkan aspek kegunaan juga fungsinya, serta adanya dorongan untuk melakukan suatu hal yang bersifat impulsif. Adapun operasional indikator dari pembelian tanpa adanya pertimbangan rasional, yaitu:<sup>4</sup>

- (a) Membeli produk karena iming-iming hadiah
- (b) Membeli produk karena kemasannya menarik
- (c) Membeli produk atas pertimbangan harga
- (d) Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk

##### 2) Kehidupan mewah dan berlebihan

Perilaku konsumtif dapat dipicu karena adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Manusia yang perilaku konsumtifnya dilatarbelakangi oleh kehidupan mewah dan berlebihan, akan benar-benar merasa puas ketika produk yang dikonsumsi / digunakan merupakan

---

<sup>3</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002 ),118.

<sup>4</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002 ),119.

sesuatu yang memberikan kesan mewah, tentunya dengan harga yang mahal serta bermerek. Adapun operasional indikator dari kehidupan mewah dan berlebihan, yaitu:<sup>5</sup>

- (a) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
- (b) Membeli lebih dari dua produk sejenis dari merek berbeda

### 3) Kepentingan status

Salah satu hal yang hingga kini masih dijadikan tolak ukur seseorang dalam menilai orang lain adalah status sosialnya, maka dari itu tidak sedikit orang yang begitu menjaga penampilannya, apa-apa yang mereka pakai dan gunakan demi menjaga status atau kedudukan mereka di hadapan orang lain agar terlihat memiliki status sosial yang tinggi. Adapun operasional indikator dari kepentingan status, yaitu:<sup>6</sup>

- (a) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
- (b) Membeli produk hanya sekadar menjaga simbol status

### c. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono, faktor dari munculnya fenomena perilaku konsumtif di kalangan masyarakat dibedakan atas dua faktor utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Berikut akan dijelaskan masing-masing dari faktor tersebut.<sup>7</sup>

#### 1) Faktor internal

Berikut merupakan faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif individu, yaitu:

---

<sup>5</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), 119.

<sup>6</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), 119.

<sup>7</sup> Ikhwani Ratna dan Hidayati Nasrah, "Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau," *Marwah* 14, no 2 (2015): 206.

(a) Motivasi

Seseorang akan melakukan suatu hal ketika ada dorongan dalam dirinya untuk melakukan, dalam hal ini termasuk pada saat melakukan pembelian maupun menggunakan jasa.

(b) Harga diri

Akan sulit bagi penyedia suatu barang atau jasa untuk mempengaruhi seseorang yang mementingkan harga diri agar bersedia membeli atau menggunakan produk yang ditawarkannya. Berbeda dengan orang-orang yang tidak terlalu mementingkan harga diri, mereka akan cenderung lebih mudah untuk dipengaruhi untuk memilih sebuah produk.

(c) Observasi

Swastha dan Handoko mengatakan bahwa pengamatan atau observasi sangat mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli sebuah produk. Ketika observasi yang dilakukannya memberikan pengalaman yang baik terhadap produk yang digunakannya, maka akan ada kemungkinan bahwa orang tersebut akan mengulangi pembeliannya terhadap produk yang sama di masa yang akan datang. Demikian dengan pengalaman yang kurang menyenangkan terhadap suatu produk, maka dapat dipastikan bahwa orang tersebut akan melupakan produk yang pernah dibelinya dan beralih kepada produk lain.<sup>8</sup>

(d) Proses belajar

Konsumen akan mengalami proses belajar ketika mereka berkeinginan untuk memberikan tanggapan apakah dirinya telah memperoleh kepuasan pada saat menggunakan produk tersebut, atau justru

---

<sup>8</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), 100-101.

merasa kecewa terhadap produk yang telah digunakannya.

Tanggapan yang diberikan akan sangat dipengaruhi oleh pengalaman yang sebelumnya telah dilaluinya. Apabila konsumen merasa puas maka akan ada kecenderungan bahwa tanggapan tersebut akan terulang kembali.<sup>9</sup>

(e) Kepribadian

Kepribadian sangat mempengaruhi perilaku konsumen, antara lain konsumen lebih memilih untuk bertahan dengan satu merek yang mana telah terbukti memberikannya manfaat juga kepuasan. Sebagai ilustrasinya, konsumen yang memiliki kepribadian yang kuat tidak akan mudah dipengaruhi oleh bujukan yang belum pasti kebenarannya. Pada saat membeli sebuah produk, konsumen dengan kepribadian kuat tidak akan mudah berganti-ganti merek dalam memakai suatu produk.<sup>10</sup>

(f) Konsep diri

Konsep diri atau citra pribadi merupakan salah satu bagian dari kepribadian pelanggan. Pada umumnya, pelanggan hanya akan membeli produk yang sesuai dengan selera di mana produk tersebut memiliki kriteria yang menggambarkan ciri khas dirinya, seperti dari segi bentuk, corak, warna, serta atribut produk lainnya yang selama ini menjadi identitasnya.

2) Faktor eksternal

Berikut merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif individu, yaitu:

---

<sup>9</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002 ),102-103.

<sup>10</sup> Mulyadi Nitiusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: CV Alfabeta, 2013), 72.

## (a) Kebudayaan

Lina dan Rosyid, mengatakan bahwa kebudayaan di masyarakat yang terbentuk dari bermacam-macam unsur dapat mempengaruhi bagaimana konsumen dalam berperilaku. Terbentuknya sebuah pasar serta adanya perbedaan yang dimiliki konsumen merupakan dua hal yang kemunculannya dipengaruhi oleh keanekaragaman kebudayaan dalam satu daerah juga banyaknya kelompok etnik.<sup>11</sup>

## (b) Kelas sosial

Zaitman menyatakan bahwa kelas sosial dapat mempengaruhi pola-pola pembelian, atau pembelian sebuah produk. Kelas sosial juga dapat menerangkan perbedaan pola perilaku serta gaya hidup. Adapun makna dari kelas sosial yaitu sebuah sistem dalam masyarakat yang menjadikan terbaginya kelompok masyarakat yang berdasar pada kekuasaan, kekayaan, serta sudut pandang yang berkaitan dengan sikap juga nilai-nilai dalam kehidupannya.

## (c) Kelompok referensi

Kelompok referensi (*reference group*) merupakan sebuah alat yang digunakan masyarakat untuk membandingkan serta mengevaluasi situasi-situasi yang dialami oleh individu. Hal demikian dikarenakan kelompok referensi begitu berpengaruh terhadap individu yang menginginkan pengakuan sebagai bagian dari kelompok referensinya. Usaha yang dilakukan individu agar dapat diakui adalah dengan menirukan apa yang dilakukan kelompok referensinya. Seperti halnya saat akan membeli sebuah produk, mereka cenderung akan membeli produk-

---

<sup>11</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), 103.

produk yang sama dengan kelompok referensinya.<sup>12</sup>

(d) Keluarga

Keluarga merupakan elemen terkecil dalam lingkup masyarakat yang menjadi penanggung jawab atas sosialisasi konsumen. Anak-anak mengamati bagaimana orang tua mereka mengevaluasi dan memilih produk-produk pada saat melakukan pembelian.<sup>13</sup>

Dalam perspektif Islam, seorang muslim melakukan konsumsi semata-mata dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Oleh karena itu, sangat penting bagi seorang muslim untuk tetap berpedoman kepada hukum-hukum Allah dalam usaha memenuhi kebutuhan konsumsinya. Seorang muslim yang menaati perintah-perintah Allah senantiasa akan mendapatkan kenikmatan melalui benda-benda serta anugerah yang diciptakan oleh Allah ketika berupaya untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>14</sup>

Islam menghendaki manusia untuk mengambil manfaat dari karunia yang telah diciptakan Allah SWT.<sup>15</sup> Akan tetapi, ketika memanfaatkannya manusia harus berpedoman kepada syariat, sehingga tercipta suatu keadilan bagi seluruh elemen kehidupan, yang bukan hanya memberikan keuntungan secara material, namun juga memberikan kepuasan spiritual.

Begitu juga dalam hal konsumsi, Allah SWT. memang memberikan kebebasan bagi seorang muslim untuk menikmati apa yang telah diciptakan oleh-Nya. Namun demikian, sebagai

---

<sup>12</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), 104-105.

<sup>13</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, 106.

<sup>14</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 189.

<sup>15</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, 190.

hamba yang taat terhadap Rabb-nya, seorang muslim harus memperhatikan batas-batas yang tidak boleh dilanggar demi terciptanya etika konsumsi Islam yang sesungguhnya.

Lebih luas dijelaskan maksud dari etika konsumsi Islam yaitu, dimana kegiatan konsumsi yang dilakukan tidak melahirkan kedzaliman baik terhadap sesama manusia, maupun makhluk lain ciptaan Allah. Ia harus bertanggung jawab atas kebebasan yang diberikan kepadanya sehingga apa yang dilakukannya akan memberikan manfaat bagi alam, manusia, serta bagi dirinya sendiri di akhirat kelak. Melihat yang demikian, sudah jelas bahwa Islam memerintahkan hamba-Nya agar menerapkan istilah *corporate social responsibility* dalam kehidupan sehari-harinya.

Dalam kerangka acuan Islam, konsumsi hanya diperbolehkan atas barang-barang yang memberikan manfaat baik dalam segi material maupun spiritual. Sebaliknya, barang-barang yang menimbulkan kemudharatan akan dilarang untuk dikonsumsi.<sup>16</sup> Islam sangat melarang perilaku berlebihan dalam konsumsi (*israf*), termasuk bertindak boros, berlebihan dalam membelanjakan harta untuk barang-barang mewah, juga menghamburkannya tanpa kegunaan serta manfaat hanya untuk menuruti nafsu yang tidak terbatas.<sup>17</sup>

## 2. Literasi Keuangan

### a. Pengertian

Haiyang Chen dan Ronald P. Volpe mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dalam mengelola dan mengambil keputusan keuangan pribadi untuk mencapai kesejahteraan di masa yang akan datang. Seseorang harus merencanakan investasi

---

<sup>16</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*,191-192.

<sup>17</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*,193.

jangka panjang sebagai jaminan di hari tua serta kelangsungan pendidikan bagi anak-anak mereka. Tidak hanya itu, menurut Chen dan Volpe seseorang juga harus pandai mengelola keuangan jangka pendek, seperti tabungan dan pinjaman agar kebutuhan pokok serta hal-hal yang berkaitan dengan hobi mereka sesekali dapat terpenuhi. Selain itu hal yang tidak kalah penting, mereka harus mengelola kebutuhan asuransi kesehatan dan jiwa demi kepentingan kesehatan mereka.<sup>18</sup>

Seseorang membutuhkan kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi agar dapat memanfaatkan produk-produk keuangan semaksimal mungkin di mana ini akan memberikan peningkatan terhadap kualitas kehidupannya. Peningkatan literasi keuangan akan menghasilkan pengambilan keputusan yang lebih efektif, sedangkan pemilihan keuangan yang kurang baik akan menimbulkan dampak negatif dan konsekuensinya akan terasa di masa yang akan datang.

#### **b. Dimensi Literasi Keuangan**

Menurut Chen dan Volpe, berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukannya, dimensi dari literasi keuangan yaitu sebagai berikut:<sup>19</sup>

##### 1) Pengetahuan umum keuangan pribadi

Pengetahuan tentang keuangan mencakup pengetahuan keuangan umum pribadi. Maksudnya adalah sejauh mana pengetahuan seseorang dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran serta memahami bagaimana konsep dasar keuangan. Adapun hal-hal yang dapat mencerminkan pengetahuan umum keuangan pribadi, yaitu:<sup>20</sup>

(a) Pengetahuan tentang pengeluaran dan pemasukan

---

<sup>18</sup> Haiyang Chen dan Ronald P. Volpe, "An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Student," *Financial Services Review* 7, no 2 (1998): 107.

<sup>19</sup> Haiyang Chen dan Ronald P. Volpe, *Financial Services Review*, 109.

<sup>20</sup> Anastasia S. Mendari dan Suramaya S. Kemal, "Tingkat Literasi Keuangan di Kalangan Mahasiswa STIE Musi," *Jurnal Economia* 9, no 2 (2013), 136.

(b) Pengetahuan tentang perencanaan keuangan pribadi

2) Tabungan dan pinjaman

Berdasarkan ketentuan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016, tabungan merupakan simpanan uang di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu. Sementara itu, pinjaman merupakan fasilitas keuangan yang memungkinkan seseorang atau badan usaha meminjam uang untuk membeli produk dan membayarnya kembali dalam jangka waktu yang ditentukan dengan dikenakan bunga. Adapun hal-hal yang dapat mencerminkan pemahaman seseorang mengenai tabungan dan pinjaman, yaitu:

(a) Pengetahuan tentang manfaat menabung

(b) Pengetahuan pengelolaan pinjaman

3) Asuransi

Berdasarkan Undang-undang No. 40 tahun 2014, asuransi merupakan perjanjian antara dua pihak, yakni perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi. Adapun hal-hal yang dapat mencerminkan pengetahuan tentang asuransi, yaitu:

(a) Pengetahuan umum tentang asuransi

(b) Pengetahuan tentang risiko asuransi

4) Investasi

Investasi merupakan langkah yang ditempuh untuk memaksimalkan keuntungan terhadap modal yang dimiliki melalui berbagai pilihan instrumen investasi yang ada. Adapun hal-hal yang dapat mencerminkan pengetahuan tentang investasi, yaitu:

(a) Pengetahuan umum tentang investasi

(b) Pengetahuan tentang risiko investasi<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Anastasia dan Suramaya, *Jurnal Economica*, 136.

### c. Tingkat Literasi Keuangan di Indonesia

Berdasarkan pada survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2013, maka dapat diketahui bahwa terdapat empat kelompok yang membedakan tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia, yakni:

#### 1) *Well literate*

Sebanyak 21,84% penduduk Indonesia dinyatakan *well literate* oleh OJK. Dimana golongan ini merupakan penduduk yang betul-betul paham akan seluk beluk lembaga jasa keuangan juga jasa yang diberikan, termasuk di dalamnya hal-hal yang berkaitan dengan hak – kewajiban, manfaat – risiko yang menyertai tiap produk dan jasa yang ditawarkan. Penduduk *well literate* juga terampil untuk membuat keputusan dalam memilih dan menggunakan berbagai produk dan jasa keuangan yang ditawarkan.

#### 2) *Sufficient literate*

Sebanyak 75,69% penduduk Indonesia dinyatakan *sufficient literate* oleh OJK. Dimana golongan ini merupakan penduduk yang paham akan seluk beluk lembaga jasa keuangan juga jasa yang diberikan, termasuk di dalamnya hal-hal yang berkaitan dengan hak – kewajiban, manfaat – risiko yang menyertai tiap produk dan jasa yang ditawarkan. Penduduk *sufficient literate* cenderung lebih pasif jika dibandingkan golongan *well literate* dalam hal menggunakan produk dan jasa keuangan.

#### 3) *Less literate*

Sebanyak 2,06% penduduk Indonesia dinyatakan *less literate* oleh OJK. Penduduk yang termasuk ke dalam kategori *less literate* ialah penduduk yang berpengetahuan dalam lembaga jasa keuangan, baik produk, maupun jasa keuangan yang ditawarkan.

4) *Not literate*

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK, sebanyak 0,41% penduduk Indonesia termasuk ke dalam golongan not literate. Golongan not literate dimiliki oleh penduduk dengan pengetahuan yang begitu rendah atau bahkan tidak mengetahui sama sekali mengenai lembaga jasa keuangan juga produk jasa yang ditawarkan.<sup>22</sup>

Literasi keuangan syariah merupakan perluasan dari literasi keuangan yang mana di dalamnya memiliki elemen-elemen sesuai dengan syariat Islam. Adapun aspek-aspek yang terkandung dalam literasi keuangan syariah yaitu pengelolaan uang dan harta, seperti menabung untuk kepentingan di masa yang akan datang, serta dana darurat yang dapat digunakan sewaktu-waktu ketika dibutuhkan. Kemudian, aspek keuangan seperti perencanaan keuangan melalui dana pensiun, investasi, serta asuransi, juga aspek bantuan sosial seperti wakaf, infak, dan sedekah. Adapun aspek lainnya yaitu aspek mengenai zakat dan warisan.

Literasi keuangan syariah seorang muslim dapat dinilai melalui beberapa hal, di antaranya seperti kepemilikan rekening di lembaga keuangan syariah, pemahaman mengenai produk, jasa serta akad-akad syariah, kemudian pengetahuan tentang bagi hasil dan jaminan.<sup>23</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

---

<sup>22</sup> “*Literasi Keuangan*”, Otoritas Jasa Keuangan, diakses pada 07 Desember, 2019. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen-/Pages/Literasi-Kuangan.aspx>

<sup>23</sup> Diana Djuwita, Ayus Ahmad Yusuf, “Tingkat Literasi Keuangan Syariah di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha,” *al-Amwal* 10, no. 1 (2018): 110.

keterampilan dalam pengelolaan sumber keuangan pribadi secara efektif demi tercapainya kesejahteraan di masa yang akan datang. Seorang muslim yang memiliki kemampuan literasi keuangan tidak akan membiarkan hartanya habis untuk sesuatu yang tidak bermanfaat akan tetapi juga tidak akan membiarkan hartanya tertimbun sehingga menjadi harta yang tidak produktif. Mengenai penimbunan, Allah SWT berfirman dalam QS. at-Taubah ayat 34 – 35:

﴿ يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ  
وَالرُّهْبَانِ لِيَآكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن  
سَبِيلِ اللَّهِ ۗ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا  
يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُم بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ﴿٣٤﴾ يَوْمَ  
نَحْمِي عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ  
وَجُنُوبُهُمْ وَظُهُورُهُمْ ۗ هَذَا مَا كُنْتُمْ لَأَنفُسِكُمْ فَذُقُوا  
مَا كُنْتُمْ تَكْنِزُونَ ﴿٣٥﴾ ﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim Yahudi dan rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, Maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih. Pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka Jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "Inilah harta

*bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, Maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu.” (QS. at-Taubah: 34 – 35)<sup>24</sup>*

Berdasarkan pada pembahasan yang telah dilakukan, maka inti dari larangan penimbunan harta dikarenakan perbuatan itu dapat membuntu peredaran harta di masyarakat, sehingga harta itu hanya dimiliki oleh sebagian kecil orang. Hal ini sama artinya dengan menyia-nyiakan harta sedangkan di sisi lain masih banyak orang membutuhkannya. Oleh sebab itu, Allah SWT memberikan ancaman bagi penimbun harta seperti apa yang telah difirmankan-Nya dalam surah at-Taubah ayat 34 – 35 di atas. Mereka yang menganggapharta adalah satu-satunya sandaran hidupnya, adalah orang yang yang pada hakikatnya miskin dan tidak akan memiliki apapun di akhirat, serta hanya mereka yang tak berpikiran panjang sajalah yang menimbun hartanya.<sup>25</sup>

### 3. Gaya Hidup

#### a. Teori Psikografik

Mowen dan Minor mengungkapkan bahwa gaya hidup merupakan sesuatu yang menunjukkan bagaimana orang menjalankan kehidupan, membelanjakan uangnya, serta bagaimana mereka mengalokasikan waktunya.

*“Lifestyle denotes how people live, how they spend their money and how they allocate their time.”*

Gaya hidup dan kepribadian merupakan dua hal yang memiliki hubungan sangat erat. Konsumen

---

<sup>24</sup> Alquran, at-Taubah ayat 34-35, Alquran dan Terjemahannya (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2001), 192.

<sup>25</sup> M. Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam : Prinsip Dasar*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), 108-109.

dengan kategori kepribadian berisiko redah cenderung tidak mungkin melakukan suatu kegiatan yang dinilai ekstrim. Namun, apabila gaya hidup dan kepribadian dihubungkan kepada individu maka keduanya perlu dibedakan.<sup>26</sup>

Terdapat perbedaan mendasar yang membedakan antara gaya hidup dan kepribadian. Jika kepribadian merupakan sesuatu yang memberikan penggambaran karakter yang ada di dalam diri manusia, atau istilahnya tidak dapat dilihat sekilas hanya melalui penglihatan, maka berbeda dengan gaya hidup yang dapat memberikan penggambaran eksternal seseorang hanya melalui apa yang terlihat.<sup>27</sup> Gaya hidup merupakan sesuatu yang lebih temporer, komprehensif, serta dianggap lebih berguna jika dibandingkan dengan kepribadian. Oleh sebab itu, perlu adanya suatu perhatian khusus untuk memaknai gaya hidup agar tercipta sebuah pemahaman mengenai konsep dari gaya hidup, apa yang digunakan untuk mengukur gaya hidup, serta bagaimana gaya hidup digunakan.<sup>28</sup>

Salah satu upaya yang digunakan oleh pemasar untuk mengukur gaya hidup yaitu melalui analisis psikografis (*psychographic*).<sup>29</sup> Menurut Mowen dan Minor, psikografis merupakan penyelidikan yang dilakukan untuk memberikan penilaian kuantitatif terhadap gaya hidup, kepribadian, serta karakteristik demografi dari konsumen. Istilah psikografis berguna untuk mengenali karakteristik konsumen berdasarkan gagasan serta faktor-faktor psikologisnya. Analisis psikografis lebih sering dijadikan sebagai alat untuk mengukur gaya hidup para konsumen melalui analisis yang dilakukan

---

<sup>26</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen* terj. Lina Salim (Jakarta: Erlangga, 2002), 282.

<sup>27</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, 154.

<sup>28</sup> James F. Engel, dkk., *Perilaku Konsumen: Terjemahan Jilid I Edisi Keenam* terj. F.X. Budianto (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 383.

<sup>29</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, 282.

terhadap aktivitas, minat, dan opini (*activities, interests, and opinions* – AIO).

Riset psikografis diaplikasikan oleh para peneliti pasar dalam mengklasifikasikan segmentasi konsumen untuk membantu organisasi dalam memperoleh informasi guna memahami target konsumennya. Riset psikografis dapat dilakukan dengan cara membagikan kuesioner yang telah dirancang berdasarkan hal-hal yang berkaitan dengan gaya hidup, kepribadian, serta demografi dari target konsumen. Para peneliti psikografis menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang disebut pernyataan AIO (*AIO statements*) yang mana pertanyaan-pertanyaan ini dapat mengungkapkan aktivitas, minat, dan opini konsumen.<sup>30</sup>

## **b. Dimensi Gaya Hidup**

Mowen dan Minor menggunakan teori psikografik untuk mengukur gaya hidup, di mana gaya hidup seseorang dapat diukur melalui beberapa dimensi berikut, yaitu:

### **1) Aktivitas (*activity*)**

Analisis gaya hidup berdasarkan pada aktivitas dapat dilakukan dengan menilai apa yang dilakukan, dibeli, serta bagaimana seseorang menghabiskan waktu. Adapun aktivitas yang dapat menggambarkan gaya hidup seseorang,<sup>31</sup> yaitu:

- (a) Aktivitas dalam melakukan hobi
- (b) Aktivitas yang dilakukan untuk memperoleh hiburan
- (c) Aktivitas dalam berbelanja<sup>32</sup>

### **2) Minat (*interest*)**

Analisis gaya hidup melalui minat dapat dilakukan dengan cara fokus terhadap bagaimana seseorang dalam memutuskan suatu tindakan, dimana pada umumnya konsumen memutuskan

---

<sup>30</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, 283.

<sup>31</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, 283.

<sup>32</sup> James F. Engel, dkk., *Perilaku Konsumen*, 386.

suatu hal berdasarkan apa yang menjadi prioritasnya.<sup>33</sup> Adapun minat yang dapat mencerminkan gaya hidup, yaitu:

- (a) Minat dalam dunia mode
- (b) Minat dalam dunia kuliner
- (c) Minat terhadap penggunaan media sosial<sup>34</sup>

### 3) **Opini (*opinion*)**

Analisis gaya hidup melalui opini dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi gagasan serta respon seseorang tentang suatu topik peristiwa yang berkaitan dengan ekonomi dan sosial baik bersifat lokal maupun global.<sup>35</sup> Opini merupakan pendapat atau gagasan yang diungkapkan oleh konsumen berdasarkan pengalamannya terhadap sesuatu. Adapun opini yang dapat mencerminkan gaya hidup seseorang, yaitu:

- (a) Opini seseorang tentang dirinya sendiri
- (b) Opini seseorang mengenai sebuah produk
- (c) Opini seseorang mengenai masa depan<sup>36</sup>

Tidak ada aturan yang mutlak dalam mengembangkan item-item AIO, hanya saja salah satu dimensi dari item-item tersebut yang sering kali berbeda adalah tingkat kekhususannya. Pertanyaan seputar AIO yang sangat spesifik meminta para responden untuk memberikan informasi tentang sikap dan preferensi mereka mengenai produk atau jasa tertentu.<sup>37</sup>

### c. **Jenis-Jenis Gaya Hidup**

Menurut Mowen dan Minor, terdapat sembilan jenis gaya hidup, yaitu:

#### 1) *Funcionalists*

Gaya hidup *funcionalist* biasanya dimiliki oleh masyarakat dengan tingkat rata-rata, baik itu penghasilan maupun tingkat pendidikannya.

<sup>33</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, 283.

<sup>34</sup> James F. Engel, dkk., *Perilaku Konsumen*, 386.

<sup>35</sup> Mowen dan Minor, *Perilaku Konsumen*, 283.

<sup>36</sup> James, Dkk., *Perilaku Konsumen*, 386.

<sup>37</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, 283.

Orang-orang dengan gaya hidup ini akan menghabiskan uang yang dimilikinya untuk membeli barang-barang kebutuhan yang memang penting untuk dipenuhi.

2) *Nurturers*

Gaya hidup *nurturers* dimiliki oleh orang yang memiliki tingkat pendidikan di atas rata-rata. Gaya hidup ini biasanya disandang oleh keluarga muda yang berfokus pada membesarkan anak, serta memiliki tingkat penghasilan yang rendah.

3) *Aspirers*

Gaya hidup *aspirers* dimiliki oleh orang yang sejahtera keadaan finansialnya. Mereka menyukai berbelanja barang-barang bermerek, dimana hal tersebut menjadi bagian dari gaya hidupnya. Seseorang yang menyandang gaya hidup ini memiliki tingkat pendidikan tinggi.

4) *Experientals*

Merupakan jenis gaya hidup dimana orang memiliki minat yang tinggi terhadap barang-barang hiburan, hobi, dan kesenangan (*conviencie*) sehingga tidak keberatan jika harus menghabiskan materi melebihi batas rata-rata. Orang dengan gaya hidup *Experiental* memiliki tingkat pendidikan rata-rata, akan tetapi mereka menghasilkan jumlah pendapatan di atas rata-rata, sebab mereka adalah pekerja kantor.

5) *Succeededers*

Orang yang memiliki gaya hidup *Succeederes* cenderung lebih banyak menghabiskan waktunya untuk pendidikan dan meningkatkan kualitas diri serta akan menghabiskan uang dalam jumlah besar untuk hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.

6) *Moral Majority*

Jenis gaya hidup ini merupakan jenis gaya hidup yang mana pengeluaran diprioritaskan untuk kepentingan pendidikan, politik dan kerohanian. Orang dengan gaya hidup *Moral Majority* memiliki penghasilan tertinggi kedua

dari jenis gaya hidup yang lain, dan merupakan pencari nafkah tunggal.

7) *The Golden Years*

Disandang oleh pekerja yang telah pensiun serta berpendapatan tertinggi ke tiga dari semua jenis gaya hidup. Kesejahteraan finansial yang mereka miliki menjadikan mereka mampu untuk membeli tempat tinggal ke dua, memiliki minat yang tinggi dalam berinvestasi, serta minat untuk memenuhi kebutuhan hiburan.

8) *Sustainer*

Merupakan gaya hidup dari kelompok orang dewasa dan tertua, sudah pensiun, pengeluaran tertinggi digunakan untuk kebutuhan sehari-hari serta barang konsumsi yang menjadi kesukaannya, memiliki pendidikan rendah, dan pendapatannya berada pada tingkat terendah kedua.

9) *Subsisters*

Jenis gaya hidup yang terakhir ini merupakan gaya hidup dengan tingkat kesejahteraan yang cukup baik, akan tetapi tingkat sosial ekonomi begitu rendah. Pada umumnya, gaya hidup ini disandang oleh orang-orang dengan pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan.<sup>38</sup>

Islam telah memerintahkan kepada para pemeluknya agar senantiasa hidup dalam kesederhanaan. Kesederhanaan yang dimaksud yakni dengan menjauhi segala hal yang menunjukkan sifat sombong, angkuh, cinta kemegahan, atau tidak bermoral. Gaya hidup yang demikian akan mengarah kepada tindakan berlebih-lebihan, boros, juga memicu pemakaian suatu barang yang sebenarnya tidak diperlukan. Akibatnya, banyak di antara sumber daya

---

<sup>38</sup> Muchlisin Riadi, "Pengertian, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup," KajianPustaka.com, 03 Maret, 2018. <https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup.html?m=1>

yang terbuang dengan sia-sia, meningkatnya cara-cara mencari penghasilan yang tidak bermoral, serta meningkatnya kesenjangan pendapatan yang diperoleh individu sebab adanya perbedaan kemampuan yang dimiliki. Beberapa akibat yang telah disebutkan dapat menimbulkan terhapusnya rasa persamaan, juga dapat melemahkan tali persaudaraan yang menjadi ciri penting masyarakat muslim.<sup>39</sup>

Tidak seperti paham yang dianut materialisme dan hedonisme, Islam bukanlah agama yang memiliki kecenderungan untuk menjadikan dunia sebagai tujuan akhir, sesembahan, juga pujaan. Paham materialisme dan hedonisme yang memperbolehkan penganutnya untuk berbuat apa saja demi kepentingan dunia sangat berseberangan dengan ajaran Islam yang mengajarkan bahwa apapun yang dilakukan di dunia semata-mata hanya bertujuan untuk kepentingan kehidupan di akhirat.<sup>40</sup>

Paham materialisme dan hedonisme yang berkembang di masyarakat menjadikan manusia dikuasai oleh hawa nafsu dan keinginan yang tiada batas sehingga melahirkan gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif memicu manusia untuk bertindak boros dan bermewah-mewahan demi kepentingan memuaskan keinginan agar dipandang berbeda (berkelas) dari manusia lain di sekitarnya.

Mengenai orang-orang yang memiliki gaya hidup berlebihan (konsumtif) juga disertai dengan sifat sombong, Nabi Muhammad SAW bersabda:

بَيْنَمَا رَجُلٌ يَتَبَخَّطِرُ يَمْشِي فِي بُرْدِيهِ قَدْ أَعْجَبَتْهُ نَفْسُهُ فَحَسَفَ اللَّهُ بِهِ  
الْأَرْضَ فَهُوَ يَتَجَلَّجَلُ فِيهَا إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ

Artinya: “Ketika seorang laki-laki sedang bergaya dengan kesombongan berjalan dengan mengenakan dua burdahnyanya (jenis pakaian bergaris-garis; atau

---

<sup>39</sup> Ernie Trisnawati Sule, dkk., *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Refika Aditama, 2016), 14.

<sup>40</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 72.

*pakaian yang terbuat dari wol hitam), dia mengagumi dirinya, lalu Allah membenamkannya di dalam bumi, maka dia selalu terbenam ke bawah di dalam bumi sampai hari kiamat”.* (HR. Bukhari Muslim)<sup>41</sup>

Berdasarkan uraian di atas, pada dasarnya kemuliaan manusia tidak bergantung atas harta yang dimilikinya. Kemuliaan manusia dibedakan atas ketakwaan terhadap Allah SWT yang ada di dalam hati manusia.<sup>42</sup>

#### 4. *Self Control*

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

*Self control* atau kontrol diri merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menyusun, membimbing, mengatur, serta memberikan arahan untuk berperilaku positif. *Self control* dapat digunakan oleh individu untuk membantu mengembangkan potensi dalam menjalani proses yang ada dalam kehidupan, termasuk untuk menghadapi kondisi yang sedang terjadi di lingkungan sekitar. Menurut para ahli, kontrol diri merupakan suatu pertahanan yang akan mencegah seseorang untuk menanggung efek negatif psikologi yang didapatkan dari lingkungannya.<sup>43</sup>

Averill menyebut *self control* dengan sebutan kontrol personal (*personal control*), yaitu kemampuan individu dalam mengontrol perilakunya (*behavior control*), mengatur apa yang ia rasakan berdasarkan pada pengalaman yang tidak diinginkan, atau kontrol kognitif (*cognitive control*), serta kemampuan dalam mengontrol keputusan (*decesional control*).<sup>44</sup> Ia

---

<sup>41</sup> Muslim Atsari, “*Risalah: Tazkiyah Nufus, Tidak Sepantasnya Manusia Menyombongkan Diri,*” Al-Manhaj, 24-Desember-2018, Diakses pada 06-Desember-2019 23:04 WIB, <https://almanhaj.or.id/10618-tidak-sepantasnya-manusia-menyombongkan-diri-2.html>

<sup>42</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, 80-81.

<sup>43</sup> M. Nur Ghufron dan Rini Riswanati S., *Teori-teori Psikologi* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), 21.

<sup>44</sup> M. Nur Ghufron dan Rini Riswanati S., *Teori-teori Psikologi*, 29.

mengemukakan bahwa *self control* merupakan kemampuan dalam diri setiap individu yang dapat membawanya untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang dihasilkan dari pemikiran impulsif. Artinya, *self control* merupakan suatu pembatas yang dimiliki oleh individu yang letaknya berada di antara akan dilakukan atau tidaknya suatu tindakan. *Self control* berperan sangat penting bagi individu dalam proses pengambilan keputusan. Individu dengan *self control* yang baik akan dengan mudah memutuskan tindakan-tindakan yang tepat dan cenderung tidak melakukan hal-hal yang tidak rasional.

**b. Dimensi *Self Control***

Menurut Averill, dimensi utama dalam *self control*, yaitu:

1) Mengontrol perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang dalam merubah atau memodifikasi keadaan yang membuatnya merasa tidak senang. Adapun kemampuan seseorang dalam mengontrol perilaku dapat dibedakan menjadi dua komponen, yaitu:

(a) Kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*)

Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang dalam menentukan siapa yang akan mengendalikan situasi yang sedang ia hadapi.

(b) Kemampuan mengatur stimulus (*stimulus modifiability*)

Kemampuan mengatur stimulus atau dorongan dalam diri merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk dapat mengetahui bagaimana serta kapan suatu dorongan yang tidak dikehendaknya harus dihadapi. Adapun cara yang digunakan dapat berupa pencegahan atau menjauhi hal-hal yang dapat memicu timbulnya stimulus atau dorongan tersebut, memaksa menghentikan

dorongan yang ada, serta sebisa mungkin membatasi intensitasnya.

2) Mengontrol kognitif (*cognitive control*)

Mengontrol kognitif (psikologis) merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengurangi tekanan yang dirasakannya ketika menghadapi keadaan yang tidak diinginkan. Mengontrol kognitif dibedakan atas dua komponen, yaitu:

(a) Kemampuan untuk memperoleh informasi (*information again*)

Berbagai informasi yang telah dimiliki individu akan menjadi sebuah petunjuk atau pedoman dalam memberikan penilaian terhadap suatu objek.<sup>45</sup>

(b) Kemampuan melakukan penilaian (*appraisal*)

Individu dapat melakukan suatu penilaian subjektif terhadap suatu objek melalui penafsiran dari hal-hal positif yang ia ketahui dari objek tersebut.

3) Mengontrol keputusan (*dececional control*)

Kontrol keputusan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh individu dalam memilih suatu tujuan di antara beberapa alternatif yang ada. Keputusan yang baik akan didapatkan ketika individu berada dalam suatu kebebasan dalam mempertimbangkan pilihan tanpa adanya unsur paksaan maupun tekanan.<sup>46</sup>

**c. Faktor-faktor *Self Control***

Faktor yang mempengaruhi kemampuan *self control* seseorang dibedakan menjadi dua, yakni faktor internal yang berasal dari dalam diri individu, dan faktor eksternal yang berasal dari lingkungan. Faktor-faktor yang mempengaruhi *self control* menurut Averill antara lain:

---

<sup>45</sup> Syamsul Bachri Thalib, *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif* (Jakarta: Purnada Media Group, 2010), 110.

<sup>46</sup> Syamsul Bachri Thalib, *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*, 111.

1) Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi *self control* adalah kondisi emosi yang ada dalam diri individu, kemampuan kognitif, kepribadian, minat, dan usia.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi *self control* adalah lingkungan. Lingkungan keluarga, serta lingkungan masyarakat merupakan dua lingkungan yang dapat mempengaruhi *self control* yang berasal dari luar.

*Self control* (pengendalian diri) dalam Islam disebut dengan istilah *mujahadah an-nafs*. Secara istilah, *mujahadah an-nafs* merupakan upaya menahan diri dari ketamakan dan keserakahan serta perilaku tercela lainnya yang mengakibatkan kerugian bagi diri sendiri maupun orang lain. Adapun di dalam Islam, sarana untuk meningkatkan *self control* yang sesuai dengan sunnah nabi dapat dilakukan dengan melakukan puasa. Hal ini berdasarkan pada hadits Rasulullah SAW. yang artinya:

*“Wahai golongan pemuda! Barang siapa dari antaramu mampu menikah, hendaklah dia menikah, karena yang demikian itu amat menundukkan pandangan dan amat memelihara kehormatan, tetapi barang siapa tidak mampu, maka hendaklah dia puasa, karena (puasa) itu menahan nafsu baginya.”*  
(HR. Bukhari)

Demikian telah jelas bahwa manusia memerlukan kemampuan pengendalian diri yang baik guna menjaganya dari perilaku yang terlarang, termasuk ketika akan melakukan tindakan *israf* dan *tabzir*. Diriwayatkan dari Abu Hurairah RA. bahwa Rasulullah SAW bersabda:<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> “Pengertian Pengendalian Diri (*Mujahadah an-Nafs*) dalam Islam,” Bacaan Madani, diakses pada 09 Desember 2019. <https://www.bacaanmadani.com/2016/12/pengertian-pengendalian-diri-mujahadah.html?i=1>

*“Orang yang perkasa bukanlah orang yang menang dalam perkelahian, tetapi orang yang perkasa adalah orang yang mengendalikan dirinya ketika marah.”*  
(HR. Bukhari dan Muslim)

## B. Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan untuk dijadikan sebagai dasar pendukung dilakukannya penelitian ini, yaitu:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian / Referensi	Kesimpulan Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Dias Kanserina (2015)	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undhiksa 2015	- Variabel Literasi Eko-nomi secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. - Variabel Gaya Hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa	- Variabel terikat (Y) sama-sama menggunakan Perilaku Konsumtif. - Variabel bebas (X) sama-sama menggunakan Gaya Hidup.	Variabel bebas (X) menggunakan Literasi Ekonomi, sedangkan dalam penelitian saat ini menggunakan variabel bebas (X) Literasi Keuangan. Penelitian dilakukan pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015, sedangkan penelitian saat ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

			<p>Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa</li> </ul>		
2	<p>Delyana Rahmawany Pulungan, Hastina Febriaty (2016)</p>	<p>Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel Gaya Hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa</li> <li>- Variabel Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</li> <li>- Variabel Gaya Hidup dan Literasi Keuangan berpengaruh secara simultan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel terikat (Y) sama-sama menggunakan Perilaku Konsumtif.</li> <li>- Variabel bebas (X) sama-sama menggunakan Gaya Hidup dan</li> </ul>	<p>Variabel bebas (X) pada penelitian ini menggunakan variabel <i>Self Control</i> (Pengendalian Diri / Kontrol Diri). Penelitian dilakukann pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun</p>

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian / Referensi	Kesimpulan Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
2	Delyana Rahmany Pulungan, Hastina Febriaty (2016)		terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Literasi Keuangan.	2017, sedangkan penelitian saat ini dilakukan pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.
3	Okky Dikria, Sri Umi Mintarti W. (2018)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel Literasi Keuangan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</li> <li>- Variabel Pengendalian Diri secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</li> <li>- Variabel Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</li> </ul>	Variabel terikat (Y) sama-sama menggunakan Perilaku Konsumtif. - variabel bebas (X) sama-sama menggunakan Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri ( <i>Self Control</i> ).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel bebas (X) pada penelitian saat ini menggunakan variabel Gaya Hidup.</li> <li>- Penelitian dilakukan pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013, sedangkan penelitian saat ini dilakukan pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.</li> </ul>
4	Dewi Kumalasari, Yohanes Hadi Soesilo (2019)	Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel Literasi Keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</li> <li>- Variabel Modernitas Individu secara parsial berpengaruh</li> </ul>	- Variabel terikat (Y) sama-sama menggunakan Perilaku Konsumtif - variabel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel bebas (X) menggunakan Modernitas Individu dan Uang Saku, sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan variabel Gaya Hidup.</li> <li>- Penelitian</li> </ul>

		<p>Konsumsi Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang</p>	<p>positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel Uang Saku secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</li> <li>- Variabel Kontrol Diri secara parsial berpengaruh negatif dan</li> </ul>	<p>bebas (Y) sama-sama menggunakan Literasi Keuangan dan Kontrol Diri (<i>Self Control</i>).</p>	<p>dilakukan pada mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang, sedangkan pada penelitian saat ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.</p>
--	--	--	--	--	---

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian / Referensi	Kesimpulan Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
4	Dewi Kumalasari, Yohanes Hadi Soesilo (2019)		<p>signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku, dan Kontrol Diri secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</li> </ul>		
5	Siti Nur Janah, dkk. (2019)	<p>Pengaruh Literasi Ekonomi dan <i>Self Control</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel Literasi Ekonomi secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</li> <li>- Variabel <i>Self Control</i> secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</li> <li>- Variabel Literasi Ekonomi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel terikat (Y) sama-sama menggunakan variabel Perilaku Konsumtif.</li> <li>- variabel bebas (X)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel bebas (X) menggunakan variabel Literasi Ekonomi, sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel Literasi Keuangan.</li> <li>- Penelitian dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas</li> </ul>

		Jakarta (Jurnal Parameter Vol. 31 No. 2)	dan <i>Self Control</i> berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	sama-sama menggunakan variabel <i>self Control</i> .	Negeri Ja-karta, sedangkan pada penelitian saat ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.
--	--	--	--	--	--

Sumber: Berbagai jurnal penelitian perilaku konsumtif tahun 2015 – 2019

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu konsep yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana hubungan suatu teori dengan beberapa faktor sehingga dianggap sebagai suatu permasalahan yang perlu diteliti. Kerangka berpikir yang disajikan dalam sebuah penelitian akan memberikan penjelasan mengenai hubungan antara variabel independen dan dependen yang dijelaskan secara teoritis.<sup>48</sup>

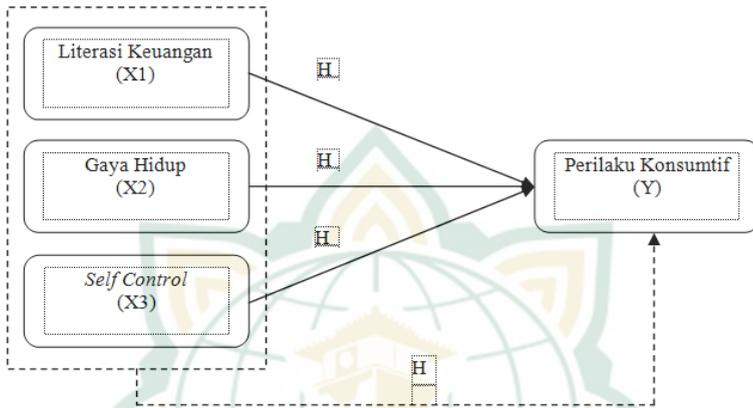
Oleh karena itu, dibawah ini akan diuraikan konsep berpikir yang menjadi dalam penelitian guna memperjelas arah dan tujuannya secara utuh, sehingga gambaran kerangka berpikir dari pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan *self control* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Kudus dapat peneliti uraikan dengan jelas.

Berikut merupakan gambar kerangka berpikir yang menjelaskan hubungan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap variabel Y dalam penelitian ini:

---

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV. Alfabeta, 2019), 95.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



*Sumber: Pengembangan Teori Perilaku Konsumtif Sumartono, 2002.*

Gambar kerangka berpikir di atas memperlihatkan bagaimana hubungan antara variabel independen, yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan *self control* dengan variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif, menjadi satu kasus yang akan diselesaikan serta dibahas dalam penelitian ini. Berikut ini akan dijelaskan bagaimana hubungan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen sebagaimana yang tergambar dalam kerangka berpikir.

Literasi keuangan merupakan pengetahuan tentang bagaimana cara mengelola keuangan pribadi baik untuk kepentingan jangka pendek maupun jangka panjang. Literasi keuangan berguna bagi individu untuk membedakan apa saja hal-hal yang harus dijadikan prioritas dalam pemenuhannya, seperti kebutuhan, serta apa saja hal-hal yang dalam pemenuhannya dapat ditunda, seperti keinginan. Hubungan antara variabel literasi keuangan dengan perilaku konsumtif adalah apabila individu memiliki pengetahuan mengenai literasi keuangan yang tinggi, maka akan memiliki tingkat perilaku konsumtif yang rendah. Sebaliknya, individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah, maka akan cenderung memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi.

Gaya hidup merupakan pola hidup sehari-hari individu yang diperlihatkan melalui kegiatan, minat serta pendapat.

Gaya hidup juga dapat dipahami sebagai bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan lain sebagainya. Hubungan antara variabel gaya hidup dengan perilaku konsumtif yaitu apabila tingkat gaya hidup dalam diri seseorang tinggi, maka tingkat perilaku konsumtif juga akan tinggi. Sebaliknya, jika tingkat gaya hidup seseorang rendah, maka tingkat perilaku konsumtif juga akan rendah.

*Self control* (kontrol diri / pengendalian diri) merupakan suatu sistem yang mengendalikan individu ketika terdapat dorongan-dorongan yang memicunya untuk melakukan sesuatu baik itu yang berasal dari dalam dirinya maupun dari luar. *Self control* yang bekerja dengan baik dalam diri individu akan mengarahkannya pada tindakan positif, termasuk salah satu di dalamnya yaitu keputusan dalam melakukan tindakan konsumsi. Hubungan antara *self control* dengan perilaku konsumtif yaitu, apabila individu memiliki tingkat *self control* yang tinggi dalam dirinya, maka tingkat perilaku konsumtifnya akan rendah. Sebaliknya, apabila individu memiliki tingkat *self control* yang rendah maka perilaku konsumtif dalam dirinya akan tinggi.

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari sebuah kasus yang diteliti dimana untuk memastikan kebenarannya harus dilakukan pengujian secara empirik. Hipotesis diungkapkan berdasarkan teori-teori yang relevan dengan kasus yang diteliti dan belum melalui pengujian terhadap data-data penelitian yang terkumpul. Oleh karena sifat jawaban yang belum pasti, maka hipotesis dapat diterima apabila hasil dari pengujian sesuai dengan pernyataan jawaban sementara, atau dapat ditolak apabila menyimpang dari pernyataan.<sup>49</sup>

Dalam penelitian ini, tujuan dari dikemukakannya hipotesis adalah untuk memberikan arah pedoman terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Apabila ternyata ini salah, maka masalah dapat dipecahkan dengan kebenaran yang ditentukan berdasarkan keputusan yang telah berhasil

---

<sup>49</sup> Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 79

dijalankan selama ini. Sebagai dasar dalam menentukan hipotesis, penulis menyimpulkan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel-variabel yang hampir sama dengan penelitian ini menunjukkan hasil signifikan. Berdasarkan pada kerangka pemikiran teoritis serta dari hasil yang ditemukan dalam beberapa penelitian terdahulu, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**1. Diduga terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa**

Literasi keuangan merupakan pengetahuan dalam mengelola dan mengambil keputusan keuangan pribadi untuk mencapai kesejahteraan di masa yang akan datang.<sup>50</sup> Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Okky Dikria bahwa mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan selektif dalam berkonsumsi, mereka akan memprioritaskan untuk membeli apa yang dibutuhkan, dan mengesampingkan apa yang diinginkan karena mereka tahu bahwa mereka harus menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang terjadi apabila mengesampingkan prioritas.

Tidak hanya hasil dari penelitian Okky Dikria, hasil penelitian yang dilakukan oleh Nyoman Olivia Udayanthi juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Nyoman menyimpulkan bahwa pada intinya literasi keuangan akan sangat membantu dalam memberikan pemahaman yang mendalam (*deep insight*) tentang aturan main untuk mengelola keuangan yang cerdas, dan peluang mencapai kebebasan keuangan pun akan semakin besar. Semakin baik literasi keuangan yang diterapkan, maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, penulis menetapkan dugaan sementara bahwa literasi keuangan berpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

---

<sup>50</sup> Haiyang Chen dan Ronald P. Volpe, *Financial Services Review*, 107

**H<sub>1</sub>: Diduga terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2017 – 2019.**

**2. Diduga terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa**

Gaya hidup merupakan hal yang menunjukkan bagaimana orang menjalankan hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktunya.<sup>51</sup> Penelitian yang telah dilakukan oleh Dias Kanserina memberikan hasil yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa dengan adanya kenaikan gaya hidup menjadi lebih mewah dan hedonisme akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, dengan menurunnya gaya hidup maka akan menurun pula tingkat perilaku konsumtif mahasiswa.

Sejalan dengan hasil penelitian Dias Kanserina, Delyana Rahmawany Pulungan juga menyatakan bahwa penelitian yang ia lakukan menunjukkan hasil bahwa semakin tinggi tingkat gaya hidup mahasiswa maka akan semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, jika gaya hidup tingkat gaya hidup menurun maka tingkat perilaku konsumtif mereka juga akan menurun.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, penulis menetapkan dugaan sementara bahwa gaya hidup berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

**H<sub>2</sub>: Diduga terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2017 – 2019.**

---

<sup>51</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, 282.

### 3. Diduga terdapat pengaruh antara *self control* dengan perilaku konsumtif mahasiswa

*Self Control* merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk membimbing tingkah lakunya, menekan atau menghalangi impuls-impuls atau tingkah laku impulsif.<sup>52</sup> Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kumalasari bahwa semakin tinggi *self control* yang ada dalam diri mahasiswa maka akan semakin rendah perilaku konsumtif mereka. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kumalasari, hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Janah, ia menyatakan bahwa *self control* dapat mempengaruhi seseorang dalam hal melakukan perilaku konsumtif, karena dengan adanya *self control* yang kurang baik maka akan cenderung untuk berperilaku ke arah konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, penulis menetapkan dugaan sementara bahwa *self control* berpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

**H<sub>3</sub> : Diduga terdapat pengaruh antara *self control* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2017- 2019.**

### 4. Diduga terdapat pengaruh antara literasi keuangan, gaya hidup, dan *self control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Merujuk kepada beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan *self control* masing-masing dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, maka dalam penelitian ini penulis akan merumuskan suatu hipotesis untuk mengetahui apakah ketiga variabel independen dalam penelitian ini, yakni literasi keuangan, gaya hidup, dan *self control* akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara serentak/simultan.

---

<sup>52</sup> Dira Sarah Diba, "Peranan Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin di Samarinda," *eJournal Psikologi* 1, no 3 (2014): 316.

**H<sub>4</sub>: Diduga terdapat pengaruh antara literasi keuangan, gaya hidup, dan *self control* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2017- 2019.**

