

SKRIPSI

**PENGARUH EKSISTENSI MEDIA SOSIAL, GAYA HIDUP
DAN LINGKUNGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA**

(Studi pada Mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala)



Disusun Oleh:

**MUHAMMAD DANIEL AL MIZAN
NIM. 200604041**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024M / 1446H**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Muhammad Daniel Al Mizan

NIM : 200604041

Program Studi : Ilmu Ekonomi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 23 April 2025



nyatakan

(Muhammad Daniel Al Mizan)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Eksistensi Media Sosial, Gaya Hidup Dan Lingkungan Terhadap
Perilaku Konsumtif Mahasiswa
(Studi Pada Mahasiswa Di Kecamatan Syiah Kuala)**

Disusun Oleh:

Muhammad Daniel Al Mizan

NIM. 200604041

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah
memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,


Marwiyati, SE, MM

NIP. 1974041720050120

Pembimbing II,

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y


Cut Elfida, S.HI., MA

NIP. 19891212202321076

Mengetahui
Ketua Prodi,


Ismuadi, SE, S.Pd.I., M.Si

NIP. 198601282019031005

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Eksistensi Media Sosial, Gaya Hidup Dan Lingkungan Terhadap
Perilaku Konsumtif Mahasiswa
(Studi Pada Mahasiswa Di Kecamatan Syiah Kuala)**

Muhammad Daniel Al Mizan
NIM. 200604041

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 30 Januari 2025 M
30 Rajab 1446 H
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

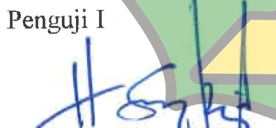
Sekretaris


Marwiyati, SE, MM
NIP. 1974041720050120


Cut Elfida, SHL, MA
NIP. 19891212202321076

Penguji I

Penguji II


Dr. Hendra Syahputra, MM.
NIP. 197610242009011005


Jalilah, S.HI, M.Ag.
NIP. 198806082023212040

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Prof. Dr. Haras Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Daniel Al Mizan
NIM : 200604041
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ilmui Ekonomi
E-mail : 200604041@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☒ Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Eksistensi Media Sosial, Gaya Hidup Dan Lingkungan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Di Kecamatan Syiah Kuala)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 1 Februari 2025

Mengetahui

Penulis

M. Daniel Al Mizan
NIM: 200604041

Pembimbing I

Marwiyati, SE, MM
NIP. 1974041720050120

Pembimbing II

Cut Elma, S.H.I. MA
NIP. 19891212202321076

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Eksistensi Media Sosial, Gaya Hidup Dan Lingkungan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Di Kecamatan Syiah Kuala)”**. Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini. Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Ulya Azra, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi.
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E sebagai ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Marwiyati, S.E., MM selaku pembimbing I dan Cut Elfida S.HI.,MA selaku Pembimbing II yang telah sangat banyak meluangkan waktu, masukan, saran dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Jalilah, S.H., M.Ag. selaku dosen Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan nasehat dan motivasi terbaik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Ekonomi serta segenap dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan arahan kepada penulis.
6. Orang tua yang penulis cintai, Ayah dan Ibu yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat serta dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai. Serta Adik kandung saya yang selalu memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Calon Istri saya di masa depan yang senantiasa sabar menanti penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dengan baik
8. Teruntuk sahabat dan teman terima kasih penulis Qorimuslim, Fuzail, Haikal, Gagah, Afandi, Gifari, Reza, Farhan, Saifannur, Nopal, furqan, Fadli, Aulia, Kuzeb, Putri, Bila yang telah membantu dan menemani penulis semasa perkuliahan. Terima kasih untuk dukungan, kritik dan saran yang sangat memotivasi penulis. Dan terima kasih juga kepada teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Ekonomi angkatan 2020.
9. Untuk para mahasiswa terimakasih telah memberi izin serta informasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh, 05 Desember 2024

Muhammad Daniel Al Mizan



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
يَ / اَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
رَمَى : *ramā*
قِيلَ : *qīla*
يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al,

serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul
Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Daniel Al Mizan
NIM : 200604041
Fakultas/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ilmui Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Eksistensi Media Sosial, Gaya Hidup Dan Lingkungan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Di Kecamatan Syiah Kuala)
Pembimbing I : Marwiyati, SE., MM
Pembimbing II : Cut Elfida, S.HI., MA

Mahasiswa sering mengikuti tren untuk diakui di lingkungan sosial, dan perkembangan teknologi serta media sosial mempermudah akses terhadap tren konsumsi. Hal ini dapat mendorong perilaku konsumtif, yang menjadi masalah jika dilakukan berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial. Penelitian ini menganalisis pengaruh media sosial, gaya hidup, dan lingkungan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala dengan pendekatan kuantitatif pada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh, sementara gaya hidup dan lingkungan berpengaruh. Secara simultan, ketiga variabel memengaruhi perilaku konsumtif dengan kontribusi sebesar 55,5%, sementara 44,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

جامعة الرانري

A R - R A N I R Y

Kata Kunci: *Media Sosial, Gaya Hidup, Lingkungan Sosial, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.4.1. Manfaat Teoritis	14
1.4.2. Manfaat Praktis	14
1.5. Sistematika Penelitian	15

BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1. Perilaku Konsumtif.....	17
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	17
2.1.2. Indikator Perilaku Konsumtif	20
2.1.3. Tujuan dan Manfaat Perilaku Konsumtif.....	22
2.1.4. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	24
2.1.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	25
2.2. Media Sosial	29
2.2.1. Pengertian Media Sosial	29
2.2.2. Tujuan dan Manfaat Media Sosial	30
2.2.3. Jenis-jenis Media Sosial.....	33
2.2.4. Indikator Media Sosial.....	35
2.3. Gaya Hidup.....	35
2.3.1. Pengertian Gaya Hidup.....	35
2.3.2. Tujuan dan Manfaat Gaya Hidup.....	37
2.3.3. Jenis-jenis Gaya Hidup	39
2.3.4. Aspek-aspek Gaya Hidup	42
2.3.5. Indikator Gaya Hidup	43
2.3.6. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup	44
2.4. Lingkungan.....	46
2.4.1. Pengertian Lingkungan	46
2.4.2. Indikator Lingkungan	47
2.5. Penelitian Terdahulu	48
2.6. Keterkaitan Antar Variabel	53

2.6.1. Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif	53
2.6.2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif	54
2.6.3. Pengaruh Lingkungan terhadap Perilaku Konsumtif	55
2.7. Kerangka Berpikir	55
2.8. Hipotesis	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	58
3.1. Jenis Penelitian	58
3.2. Populasi dan Sampel.....	59
3.2.1. Populasi.....	59
3.2.2. Sampel	59
3.3. Sumber Data	61
3.4. Variabel Penelitian.....	61
3.4.1. Variabel Bebas	61
3.4.2. Variabel Terikat.....	62
3.5. Definisi Operasional.....	62
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.7. Metode Analisis Data.....	67
3.7.1. Uji Instrumen	67
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	69
3.7.3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
3.7.4. Uji Hipotesis	72

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	75
4.1. Hasil Penelitian.....	75
4.2. Karakteristik Responden.....	75
4.2.1. Responden Menurut Jenis Kelamin	75
4.2.2. Responden Berdasarkan Usia	76
4.2.3. Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	77
4.3. Hasil Uji Instrumen.....	78
4.3.1. Uji Validitas	78
4.3.2. Uji Reliabilitas	80
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	81
4.4.1. Uji Normalitas Data	81
4.4.2. Uji Multikolinearitas	82
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas	83
4.5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	84
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis.....	86
4.6.1. Uji t (Uji Parsial).....	86
4.6.2. Uji F (Uji Simultan).....	88
4.6.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	89
4.7. Pembahasan	90
4.7.1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif	90
4.7.2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	91
4.7.3. Pengaruh Lingkungan Terhadap Perilaku Konsumtif	92

4.7.4. Pengaruh Sosial Media, Gaya Hidup dan Lingkungan Terhadap Perilaku Konsumtif.....	93
--	----

BAB V PENUTUP	95
----------------------------	-----------

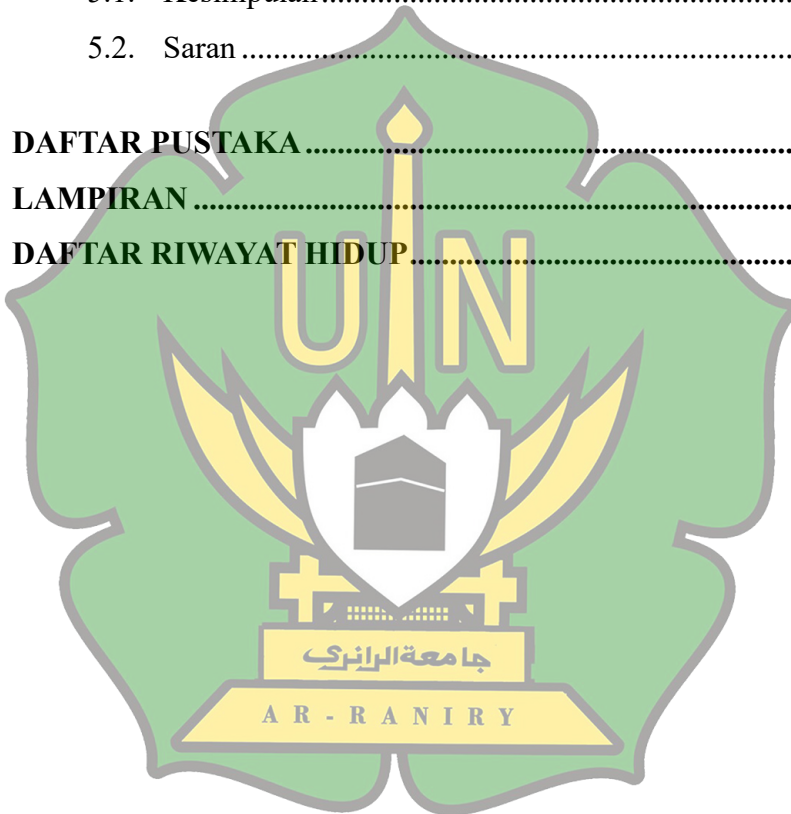
5.1. Kesimpulan.....	95
----------------------	----

5.2. Saran	96
------------------	----

DAFTAR PUSTAKA	97
-----------------------------	-----------

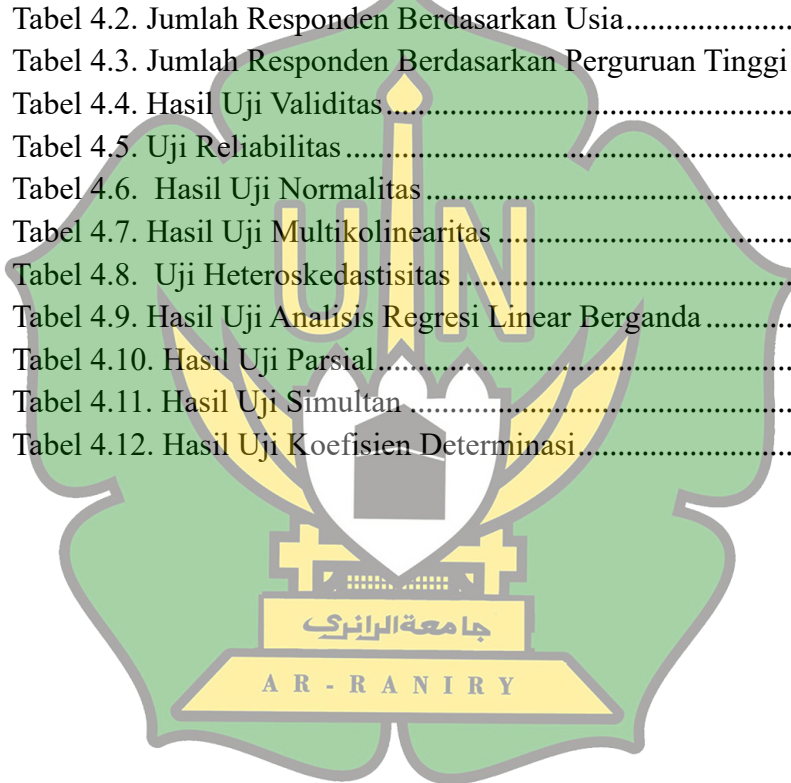
LAMPIRAN	102
-----------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	121
-----------------------------------	------------



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terkait	49
Tabel 3.1. Definisi Operasional	63
Tabel 3.2. Skala Likert.....	67
Tabel 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	77
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 4.5. Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.6. Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4.7. Hasil Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.8. Uji Heteroskedastisitas	84
Tabel 4.9. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	85
Tabel 4.10. Hasil Uji Parsial.....	87
Tabel 4.11. Hasil Uji Simultan	89
Tabel 4.12. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	90



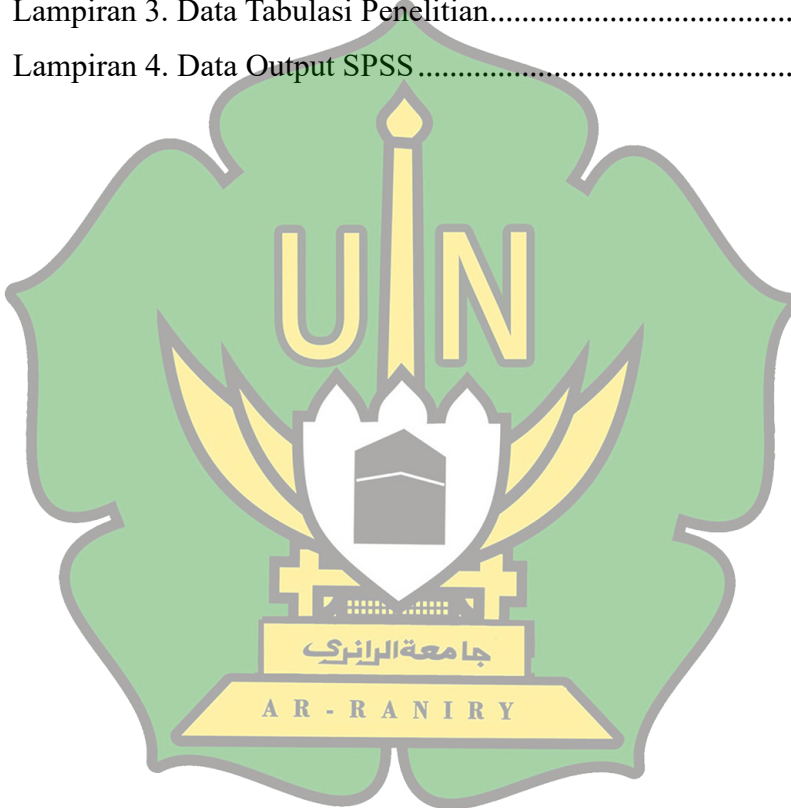
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	55
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Demografi dan Pedoman Kuesioner.....	99
Lampiran 2. Hasil Data Karakteristik Responden.....	102
Lampiran 3. Data Tabulasi Penelitian.....	107
Lampiran 4. Data Output SPSS.....	110



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi di Indonesia saat ini telah mendorong perkembangan perekonomian suatu negara. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan industri yang mampu menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat. Banyaknya persediaan barang yang melimpah dan memiliki bermacam pilihan membuat masyarakat tertarik dan mengonsumsi barang tersebut. Kini masyarakat bersaing untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka, bahkan sesuatu yang bukan menjadi kebutuhan akan terpenuhi karena adanya keinginan yang kuat untuk memiliki atau mengonsumsinya.

Aktivitas konsumsi sejatinya tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan. Dalam setiap kegiatan konsumsi tentunya didasari oleh faktor kebutuhan maupun keinginan seseorang. Pada dasarnya kebutuhan merupakan segala sesuatu yang harus dipenuhi manusia dalam menunjang kelangsungan hidupnya. Sedangkan keinginan berkaitan dengan hasrat atau harapan untuk meningkatkan kesempurnaan.

Konsumsi merupakan adalah suatu kegiatan manusia yang secara langsung menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya dengan tujuan memperoleh kepuasan yang berakibat mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa

(Adesy, 2017). Pergeseran pola perilaku konsumsi yang awalnya hanya sekedar pemenuhan kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier bahkan komplementer dan cenderung bersikap konsumtif dengan tidak berdasarkan kebutuhan prioritas namun hanya untuk mencapai kepuasan diri, sehingga menyebabkan seseorang boros atau yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme (Alawiyah & Liata, 2020).

Pola konsumsi yang tinggi inilah cenderung untuk menjadi konsumtif. Kegiatan konsumsi yang tidak pernah lepas dari kehidupan manusia, karena kebutuhan-kebutuhan tersebut tidak terbatas dan harus dapat memenuhi setiap kebutuhannya (Adesy, 2017). Namun pada hakikatnya, manusia selalu saja merasa kurang atau selalu merasa tidak puas terhadap sesuatu yang telah dimilikinya. Apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan lain akan muncul.

Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Pola perilaku konsumtif yang dimaksud adalah pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata, yang mana sifatnya untuk menaikkan prestige, menjaga gengsi, mengikuti mode dan beberapa alasan yang kurang penting (Candra et al., 2021). Berdasarkan data Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) pada Maret tahun 2024 yang meningkat sebesar 123,8 lebih tinggi dibandingkan

123,1 bulan sebelumnya. IKK jika ditinjau berdasarkan usia, kelompok usia 20-30 tahun merupakan kelompok usia dengan IKK tertinggi (IKK, 2024).

Perilaku konsumtif dapat menimbulkan dampak negatif, terutama pada generasi millennial seperti adanya kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial dapat terjadi ketika mereka melihat orang disekitarnya memiliki kemampuan lebih dalam membeli sesuatu, sedangkan dirinya tidak dapat mengikuti gaya hidup tersebut karena terdapat faktor lain. Orang yang memiliki kecemburuan sosial pada akhirnya tidak dapat mengikuti pola kehidupan yang mewah, sehingga secara tidak langsung dapat memberikan penyakit ekonomi, sosial, psikologi dan dalam beretika karena memungkinkan akan timbulnya korupsi dan kriminalitas (Cahyanti, 2021).

Seseorang dapat berperilaku konsumtif karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu diantaranya adalah media sosial. Penggunaan media sosial saat ini banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan hingga terkadang tidak ada batas antara kehidupan nyata dan kehidupan di dunia maya. Media sosial kini bisa dimanfaatkan lebih jauh, tidak hanya untuk memberi kabar tentang keberadaan saja, lebih dari itu media sosial kini sudah bisa digunakan sebagai sarana pengganti kehidupan di dunia maya (Candra et al., 2021).

Media sosial sebagai bagian dari perkembangan teknologi menghadirkan berbagai macam trend, jika tidak pandai dalam memilah informasi maka dapat menimbulkan ketertarikan untuk menggunakannya secara berlebihan. Penggunaan media sosial bukan hanya tentang gaya hidup akan tetapi sudah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 5 miliar orang pada Juni 2024. Jumlah tersebut telah meningkat sebesar 266 juta pengguna selama setahun terakhir (*We Are Social*, 2024).

Media sosial tidak hanya digunakan untuk mengekspresikan diri dan bersosialisasi di dunia maya, melainkan dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk melakukan pemasaran dan transaksi jual beli yang lebih kita sebagai *online shop*. Belanja *online* (*online shopping*) adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan real-time tanpa suatu media perantara melalui internet. *Online shop* bukan hanya pemilihan dalam berbelanja, melainkan telah mejadi perubahan budaya masyarakat (Arini, 2021).

Online shop di media sosial muncul dengan harga yang cukup bersaing dan telah berlomba-lomba menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan pada toko umumnya. Berbagai strategi marketing pun dilakukan demi mendapatkan pelanggan-pelanggan baru, salah satunya adalah dengan mengadakan promosi serta membuat tampilan yang menarik pada foto produk atau jasa yang

ditawarkan kepada pelanggan/konsumen sehingga pengguna tertarik melakukan pembelian pada *online* shop tersebut. Ditambah lagi cara pembayaran yang tidak merumitkan pembeli dan memiliki free ongkir yang ditawarkan oleh toko *online*. Cara-cara inilah yang menjadi daya tarik dari media sosial selain dari berbagai foto sampai kemudahan dalam melakukan pembelian yang ditawarkan membuat seseorang membeli secara terus menerus. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Asrun & Gunawan, (2024) bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen.

Jika dikaitkan dengan lingkungan mahasiswa, penggunaan media sosial memiliki dampak yang dinamis dalam mengakses teknologi digital cenderung memanfaatkan media sosial untuk berbagai keperluan, mulai dari komunikasi akademik, pencarian informasi, hiburan, hingga aktivitas konsumtif. Ditinjau platform media sosial seperti Instagram dan TikTok sering digunakan sebagai sumber referensi untuk tren fashion, makanan, gaya hidup, hingga berbagai produk yang sedang populer di kalangan anak muda (Masda et al., 2024).

Fenomena ini semakin relevan mengingat wilayah ini merupakan pusat pendidikan tinggi di Banda Aceh, dengan keberadaan beberapa Universitas di kecamatan Syiah Kuala. Salah satu desa yang memiliki konsentrasi mahasiswa tinggi adalah Desa Kopelma Darussalam, yang dikenal sebagai kawasan pemukiman bagi mahasiswa dari berbagai daerah. Lokasinya yang berdekatan

dengan kampus membuat mahasiswa lebih memilih tinggal di sini untuk mendapatkan akses yang lebih mudah ke fasilitas pendidikan dan kehidupan sosial yang dinamis (IKK, 2024).

Dengan banyaknya mahasiswa yang bermukim di Desa Kopelma Darussalam, penggunaan media sosial di kawasan ini tentu lebih intensif dibandingkan daerah lain. Mahasiswa yang tinggal di lingkungan ini cenderung lebih sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi akademik, mengikuti tren terbaru, serta melakukan aktivitas konsumtif seperti berbelanja online dan memesan makanan melalui platform digital (Azizah, 2020). Fenomena ini didukung oleh kemudahan akses terhadap layanan internet serta kecenderungan mahasiswa untuk lebih cepat terpengaruh oleh tren yang berkembang di media sosial (Riskia & Fradisa, 2023).

Di beberapa Universitas yang ada di kecamatan Syiah Kuala sendiri, fenomena ini juga terlihat nyata. Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa perilaku adiksi media sosial sudah menjadi kebiasaan sehari-hari di kalangan mahasiswa, yang dapat mengganggu produktivitas mereka (Praditha et al., 2024). Selain itu, media sosial juga berperan dalam pembentukan karakter masyarakat di Kecamatan Syiah Kuala (Riski, 2018).

Berdasarkan observasi awal, dapat diasumsikan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa di Desa Kopelma Darussalam cukup tinggi, terutama dalam hal pembelian produk fashion, makanan, hingga gadget yang sedang populer di media sosial. Salah satu

indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat konsumsi mahasiswa di kawasan ini adalah tingginya jumlah transaksi *e-commerce* dan pengiriman barang dari jasa ekspedisi (IKK, 2024). Meskipun data spesifik belum tersedia, secara logis dapat diasumsikan bahwa mahasiswa yang tinggal di lingkungan ini lebih sering melakukan transaksi online dibandingkan masyarakat umum karena kebutuhan mereka yang beragam serta tingginya eksposur terhadap iklan dan promosi di media sosial (mustomi et al., 2020).

Dengan demikian, fenomena penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa, khususnya di Kecamatan Syiah Kuala, menunjukkan adanya keterkaitan erat antara intensitas penggunaan media sosial dengan pola konsumsi mahasiswa. Media sosial tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi dan hiburan tetapi juga sebagai faktor yang mendorong peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, terutama dalam lingkungan yang memiliki akses mudah terhadap teknologi dan layanan digital seperti di Desa Kopelma Darussalam (Thamrin, 2021).

Selain itu, studi lain menemukan bahwa meskipun tidak ada pengaruh signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, media sosial tetap memengaruhi gaya hidup mereka (mustomi et al., 2020). Hal ini dikarenakan majunya teknologi dan arus informasi ikut juga berperan aktif dalam perubahan gaya hidup seseorang. Gaya hidup adalah cara yang ditempuh manusia dalam menjalani hidupnya yang meliputi aktivitas, minat, sikap, konsumsi dan pendapatannya dalam membelanjakan uangnya dan

mengalokasikan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup dapat dilihat dari cara berpakaian, kebiasaan, dan lain sebagainya (Azizah, 2020)

Gaya hidup adalah salah satu indikator yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Gaya hidup sudah menjadi panutan bagi orang-orang yang mengenalnya, karena dengan hal tersebut akan tampak cara hidup yang mereka inginkan, sesuai kebutuhan mereka tanpa harus memikirkan orang lain. Pulungan dan Febriaty (2018) mengemukakan bahwa masyarakat mulai beradaptasi dan mengikuti gaya hidup di negara-negara maju. Asyiknya gaya hidup juga bisa dirasakan oleh beberapa mahasiswa yang masih melihat trend-trend gaya hidup sekarang ataupun masa depan, yang lebih dikenal dengan gaya hidup modern (Thamrin, 2021).

Gambaran gaya hidup mahasiswa yang diharapkan adalah mahasiswa-mahasiswa yang mengisi waktunya dengan belajar untuk menambah pengetahuan, keterampilan, keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan yang positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Dengan mengikuti berbagai aktivitas kampus, aktif di kelas, maupun dalam hal organisasi, dan lain sebagainya (Kuswanti, 2019).

Namun, gaya hidup mahasiswa saat ini yang cenderung konsumtif seperti lebih mementingkan gaya hidupnya dari pada kebutuhan untuk menunjang kegiatan perkuliahanya, contohnya seorang mahasiswa lebih memilih uangnya untuk dibeli suatu barang yang lagi trend di sosial media saat ini seperti membeli

makanan ataupun minuman di cafe shop yang sedang hits dengan harga mahal, produk kecantikan terbaru, aksesoris pakaian, aksesoris motor, aksesoris laptop ataupun smartphone, dan top up voucher *game online* dari pada uang miliknya dibuat untuk kebutuhan perkuliahan (Kuswanti, 2019).

Gaya hidup mahasiswa tersebut dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan, melainkan orang-orang yang usianya sama yang menjadi contoh utama. Hal ini menyebabkan mahasiswa mengimitasi perilaku yang dilakukan oleh orang sekelilingnya. Pengimitasian ini terutama dialami oleh para mahasiswa yang sering berkumpul dengan sesama teman sebayanya. Dalam perkumpulan itu, mahasiswa cenderung berbagi mengenai banyak hal dengan sesamanya termasuk gaya hidup (Cahyanti, 2021).

Mahasiswa biasanya tertarik untuk menggunakan apa yang kebanyakan teman sebaya mereka gunakan. Dengan demikian, faktor lingkungan juga memberikan peranan sangat besar terhadap pembentukan perilaku konsumtif seseorang. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Subagio (2019) bahwa terdapat pengaruh antara lingkungan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Lingkungan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang atau kelompok untuk dapat melakukan sesuatu tindakan serta perubahan-perubahan perilaku setiap individu (Arini, 2021). Jika dibandingkan dengan laki-laki, perempuan jauh lebih cenderung untuk membeli bukan berdasarkan kebutuhan atau membeli barang-

barang yang mereka tahu tidak dibutuhkan, menjadikan kegiatan berbelanja tanpa perencanaan dan membeli barang sesering mungkin. Sejalan dengan hasil penelitian oleh Fajar, Abadi et al., (2020) yang menyatakan bahwa sebanyak 86% wanita (mahasiswi) lebih mementingkan penampilan dan senang melakukan aktivitas berbelanja.

Lingkungan juga erat hubungannya dengan bagaimana seseorang dapat mempengaruhi orang lain dalam kegiatan konsumsi. Lingkungan inilah yang akan menjadi acuan atau referensi bagi para mahasiswa, yang hingga kemudian mengarahkan mereka untuk melakukan pembelian. Lingkungan memiliki kekuatan yang sering memaksa konsumen untuk membeli barang tanpa harus membangun perasaan dan kepercayaan terhadap produk yang ingin dibeli. Dalam hal ini, pengambilan keputusan konsumen tidak hanya melalui keputusan rasional, tetapi juga melalui perasaan yang dibangun terhadap produk dan jasa yang diinginkan (Arini, 2021). Hal ini membuktikan bahwa kekuatan lingkungan seperti lingkungan fisik, sarana promosi dan tekanan ekonomi merupakan indikasi tindakan pembelian secara langsung yang dilakukan konsumen.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok konsumen yang mempunyai kebiasaan berperilaku konsumtif. Studi yang dilakukan oleh Cahyani (2023) mengatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Manado. Selain itu, perilaku konsumtif juga dapat disebabkan adanya pengaruh dari media sosial yang berkembang dengan pesat

sehingga mampu mempengaruhi gaya hidup seseorang (Arini, 2021). Yuni (2022) juga menambahkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu gaya hidup, selera dan teman sebaya. Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya memfokuskan pada gaya hidup, media sosial, dan lingkungan.

Kepekaan mahasiswa terhadap trend yang ada menyebabkan mahasiswa cenderung mengikuti mode yang sedang berkembang. Bagi mahasiswa untuk diakui eksistensinya oleh lingkungan maka mereka harus mengikuti perkembangan trend yang sedang beredar. Keinginan ini akan menjadi masalah ketika dilakukan secara berlebihan dan di luar kemampuan diri. Begitu pula yang terjadi dengan mahasiswa di Kota Banda Aceh khususnya mahasiswa yang berada di Kecamatan Syiah Kuala, terutama mereka yang berada di lingkungan kampus USK (Universitas Syiah Kuala), UBBG (Universitas Bina Bangsa Getsempena), UIN Ar-Raniry, Kampus Ubbudiyah serta UNADA (Universitas Al-Wasliyah Darussalam).

Kecamatan Syiah Kuala merupakan salah satu tempat yang mayoritas keberadaan perguruan tinggi dan mahasiswa terbanyak yang ada di Kota Banda Aceh, dengan jumlah rata-rata mahasiswa yaitu sebanyak 58,171 mahasiswa aktif (BPS, 2023). Selanjutnya berdasarkan pengamatan penulis selama berinteraksi dengan mahasiswa, ditemukan bahwa sebagian dari mereka memiliki penampilan yang lebih modis dan menarik terutama pada kaum perempuan. Kondisi tersebut memperlihatkan keunikan dari mahasiswa yang seyogyanya berbelanja buku-buku demi menunjang

pendidikan berbalik lebih memusatkan berbelanja yang berkaitan dengan penampilan mereka.

Pada dasarnya, kebutuhan setiap mahasiswa hampir sama, hal yang membedakannya adalah pemenuhan kebutuhan sekunder dari setiap individu. Sebagian besar mahasiswa pada masa sekarang kesulitan untuk mengimbangi apa yang dimiliki oleh mahasiswa lainnya. Namun, demi pengakuan eksistensi dan kepentingan gengsi, maka mereka juga akan mengikuti apa yang mahasiswa lainnya lakukan.

Berdasarkan fenomena yang telah disebutkan di atas, maka perilaku konsumtif sangat menarik untuk diteliti, karena memang dewasa ini perilaku konsumtif banyak ditemui di berbagai kehidupan di masyarakat khususnya mahasiswa yang ada di Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh, maka peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai “Pengaruh Eksistensi Media Sosial, Gaya Hidup, dan Lingkungan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh eksistensi media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala ?

2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala ?
3. Bagaimana pengaruh lingkungan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala ?
4. Bagaimana pengaruh eksistensi media sosial, gaya hidup, dan lingkungan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala ?

1.3. Tujuan Penelitian

Dengan adanya rumusan masalah di atas peneliti mempunyai tujuan yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh eksistensi media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala.
3. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala.
4. Untuk mengetahui pengaruh eksistensi media sosial, gaya hidup dan lingkungan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat

berupa kegunaan yang bersifat teori dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mahasiswa khususnya dalam bidang Ilmu Ekonomi. Selain itu, penelitian juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai pemahaman dalam manajemen keuangan dan perilaku konsumtif.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana Ilmu Ekonomi di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan juga untuk menambah pengetahuan serta pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan. Selain itu penulis dapat membandingkan antara teori yang diajarkan di dunia kampus dan praktek yang terjadi di lapangan.

2. Bagi Pembaca

Bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau pengetahuan tambahan tentang perilaku konsumtif dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

3. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan referensi bagi para akademisi dan juga dapat menjadi landasan perbandingan dalam penelitian di masa yang akan datang.

4. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada mahasiswa dalam melakukan pemenuhan kebutuhan agar tetap memperhatikan kegunaan atau manfaat dari suatu produk baik barang maupun jasa. Selain itu, dapat memberikan masukan bagaimana seharusnya mahasiswa mengatur keuangan dengan lebih bijak dalam menghadapi perkembangan zaman dan pergaulan, sehingga konsumsinya tetap proposional, rasional dan tidak menyimpang.

1.5. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti penelitian ini, maka sistematika pada pembahasan disusun sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Bab I menguraikan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

2. Bab II Landasan Teori

Bab II merupakan kerangka teori dan landasan teori yang terdiri dari teori, temuan penelitian terkait, model penelitian atau kerangka berpikir.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Bab III, merupakan bab yang membahas tentang metodologi penelitian, yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data serta analisa data.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas pengolahan data hasil penelitian yang sesuai dengan metode yang digunakan.

5. Bab V Penutup

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada pihak terkait yang berkepentingan.