

## BAB II

### KERANGKA TEORITIS

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Lifestyle*

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

*Lifestye* atau gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang hidup mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat).<sup>29</sup> Menurut Ningsih *lifestyle* atau gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup dalam menghabiskan waktu, tenaga dan uang untuk segala sesuatu yang mereka anggap penting.<sup>30</sup>

Konsep gaya hidup dan kepribadian sering kali dianggap sama, padahal keduanya sebenarnya memiliki perbedaan. Gaya hidup menggambarkan perilaku eksternal yang tampak pada diri seseorang, sedangkan kepribadian lebih menggambarkan karakteristik terdalam yang ada pada diri seseorang. Meskipun keduanya merupakan konsep yang berbeda, namun sebagai karakteristik psikologi yang melekat pada individu keduanya terkait erat.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*, 3rd ed. (Bandung: PrenadaMedia Group, 2019), hlm. 64.

<sup>30</sup> Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran*, 1st ed., vol. 11 (Kudus: Idea Press Yogyakarta, 2021), hlm. 64.

<sup>31</sup> *Ibid.*, hlm. 64-65.

Dalam perspektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan pada bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatannya dan memilih produk maupun jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam satu kategori jenis produk yang ada. Adapun dalam perspektif pemasaran, konsumen yang memiliki gaya hidup yang sama akan mengelompok dengan sendirinya berdasarkan minatnya dalam menggunakan waktu senggang dan membelanjakan uangnya.<sup>32</sup>

Dapat disimpulkan dari beberapa definisi di atas, *lifestyle* atau gaya hidup merupakan cara hidup seseorang pada suatu kelompoknya dalam segala sesuatu yang dianggap penting seperti menghabiskan waktu, tenaga dan uang mereka.

b. Indikator *lifestyle*

Indikator *lifestyle* atau gaya hidup terbagi menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

1) Kegiatan (*Activity*)

Kegiatan dengan pertanyaan apa yang dikerjakan seseorang, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang, serta berbagai aktivitas lainnya. Kegiatan biasanya dapat diamati.

---

<sup>32</sup> Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Di Era Internet Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*, 1st ed. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 56-57.

## 2) Minat (*Interest*)

Minat berhubungan dengan kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup seseorang, minat juga berkaitan dengan objek, peristiwa, atau topik tertentu yang menjadi perhatian khusus maupun terus menerus bagi seseorang, menjadi pusat perhatian.

## 3) Opini (*Opinion*)

Opini merupakan pendapat pandangan dan perasaan seseorang dalam menanggapi isu-isu tertentu. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa yang akan datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.<sup>33</sup>

## 2. *Self Esteem*

### a. Pengertian *self esteem*

Menurut Santrock dalam Insan, *self esteem* atau harga diri merupakan keseluruhan cara yang digunakan untuk mengevaluasi diri kita, dimana harga diri merupakan perbandingan antara kondisi dimana seseorang ingin melihat dirinya sendiri seperti apa yang diinginkannya

---

<sup>33</sup> Aulia Zahra, Umi Khairani, and Dini Lestari, "Pengaruh Fomo, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 3, no. 2 (2023): 3204–26, <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/6245/2916>.

(*ideal self*) dengan kondisi seseorang pada realita yang sebenarnya (*real self*).<sup>34</sup>

Menurut Coopersmith harga diri adalah hasil evaluasi diri individu terhadap dirinya sendiri yang diekspresikan dalam sikap terhadap diri sendiri. Menurut Burns dalam Susanto harga diri berhubungan dengan evaluasi diri yang mengacu pada pembuatan suatu penilaian kesadaran yang berkenaan dengan arti dan nilai pentingnya individu. Sehingga harga diri juga dimaknai dengan suatu penilaian pribadi terhadap perasaan berharga yang diekspresikan dalam sikap-sikap yang dipegang oleh individu tersebut.<sup>35</sup>

Harga diri dapat dimaknai dengan cara seseorang memandang dirinya sendiri. Seseorang dengan harga diri yang sehat memiliki pandangan positif dan percaya pada dirinya sendiri, sedangkan seseorang yang kurang memiliki harga diri tidak dapat melihat kemampuan yang dimiliki karena cenderung melihat hal negatif atau kekurangan dalam dirinya.<sup>36</sup>

Dari beberapa pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan *self esteem* atau harga diri adalah suatu penilaian individu terhadap dirinya sendiri, mengenai siapa dirinya berdasarkan keyakinan individu itu sendiri.

---

<sup>34</sup> Imammul Insan, *Pengantar Psikologi Sosial* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2023), hlm. 40.

<sup>35</sup> Ahmad Susanto, *Bimbingan Dan Konseling Di Sekolah Konsep, Teori Dan Aplikasinya*, 1st ed. (Jakarta: Prenamedia Group, 2018), hlm. 264.

<sup>36</sup> *Ibid.*, hlm. 265.

b. Indikator *self esteem*

Menurut Coopersmith dalam Rokhmatika dan Muslikah, pembentukan *self esteem* dipengaruhi oleh beberapa aspek, yaitu:<sup>37</sup>

1) Keberartian (*significance*)

Aspek keberartian diri diperoleh individu melalui penerimaan diri, perhatian dan kasih sayang yang didapatkan dari lingkungannya. Bentuk ekspresi dari penghargaan diri yang diterima oleh seseorang terdiri dari dua aspek yaitu penerimaan dan penolakan dari lingkungannya.

2) Kekuatan (*power*)

Kekuatan didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengontrol atau mengendalikan orang lain dan dirinya sendiri. Individu yang dapat mengendalikan maupun mengontrol dirinya dan orang lain dengan baik akan menunjukkan sikap yang mandiri, optimis, percaya diri, mampu berargumen dan tidak mudah terpengaruh oleh orang lain. Akan tetapi hal sebaliknya terjadi pada individu yang tidak mampu mengontrol orang lain dan dirinya sendiri dengan menunjukkan sikap yang pesimis dan bergantung pada orang lain.

---

<sup>37</sup> Nailu Rokhmatika and Muslikah, "Pengembangan Instrumen Self-Esteem Coopersmith (Citra Diri)," *Jurnal Literasi Indonesia(JLI)* 1, no. 1 (2024): 1–8.

### 3) Kebajikan (*virtue*)

Kebajikan ditujukan dengan ketaatan individu terhadap nilai norma, etika dan aturan-aturan yang ada dalam masyarakat. Aspek ini ditujukan pada cara individu melihat bagaimana persoalan benar atau salah berdasarkan pada nilai moral, etika dan aturan-aturan yang berlaku dalam lingkungan interaksinya.

### 4) Kemampuan (*competence*)

Kompetensi dalam harga diri mengacu pada kemampuan individu untuk mencapai apa yang telah dicita-citakan. Kemampuan yang ia miliki akan membuat individu merasa yakin, optimis bahwa ia dapat mencapai yang telah dicita-citakan dan mampu mengatasi setiap masalah yang dihadapi.

## 3. *Peer Environment*

### a. Pengertian *peer environment*

Menurut Sartain lingkungan yaitu meliputi semua kondisi-kondisi dalam dunia ini yang dalam cara-cara tertentu mempengaruhi tingkah laku kita, pertumbuhan, perkembangan atau *life processes*. Adapun teman sebaya merupakan suatu kelompok dari orang-orang yang seusia dan memiliki status sama, dengan siapa seseorang umumnya berhubungan atau bergaul.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Yusuf Ainul Rifai' and Ika Sandra Dewi, "Hubungan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Tingkah Laku Siswa Kelas X Perhotelan SMK Negeri 1 Beringintahun Ajaran 2021/2022 Yusuf," *Cybernetics: Journal Educational Research and Sosial Studies* 2, no. April (2023): 1–10.

Menurut Santrock dalam Hakim dan Kurnia, menyatakan bahwa lingkungan teman sebaya adalah anak-anak atau remaja dengan tingkat usia dan kedewasaan yang sama. Fungsi utama dari teman sebaya menyediakan sarana dan sumber informasi untuk perbandingan secara sosial dan sumber informasi tentang dunia luar selain keluarga, sehingga hubungan teman sebaya yang baik dapat membawa anak ke perilaku yang baik begitu pula sebaliknya.<sup>39</sup>

Teman sebaya ini merupakan sebuah fenomena sosial yang sering terjadi di kalangan anak-anak, remaja ataupun orang dewasa, yang di mana perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh keyakinan yang ada di dalam kelompok teman sebaya, hal tersebut dilakukan karena sebagai bentuk penyesuaian agar diterima di dalam lingkungannya. Dari teman sebaya remaja menerima umpan balik mengenai kemampuan mereka. Remaja belajar tentang apa yang mereka lakukan lebih baik, sama baiknya atau bahkan lebih buruk dari apa yang dilakukan remaja lainnya.<sup>40</sup>

Beberapa pengertian teman sebaya di atas dapat disimpulkan bahwa teman sebaya merupakan suatu kelompok yang memiliki status, tingkat usia dan kedewasaan yang sama dalam berbagai aspek sekaligus sumber informasi terkait dunia luar selain keluarga.

---

<sup>39</sup> Kurnia and Lukmanul Hakim, “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Kerjasama Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 4, no. 3 (2020): 19–29, [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id).

<sup>40</sup> Muhamad Irfansyah, Astri Srigustini, and Rendra Gumilar, “Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Dan Self-Regulation Terhadap Motivasi Belajar Pada Mahasiswa,” *Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 4, no. 1 (2024): 1008–17.

b. Indikator *peer environment*

Indikator teman sebaya berdasarkan pendapat Nuraeni memiliki beberapa indikator, diantaranya sebagai berikut:<sup>41</sup>

- 1) Interaksi sosial yang dilakukan
- 2) Kebiasaan yang dilakukan teman sebaya
- 3) Sikap solidaritas
- 4) Keinginan meniru (imitasi)
- 5) Memberikan pengetahuan yang tidak bisa diberikan oleh keluarga secara memuaskan atau memberikan pengalaman baru
- 6) Dorongan dan dukungan teman sebaya

#### 4. *Discount*

a. Pengertian *discount*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *discount* atau biasa disebut diskon merupakan potongan harga. Sedangkan dalam Kamus Cambridge, diskon adalah pengurangan harga. Menurut Tjiptono dalam Syarifudin, diskon adalah potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Sistem diskon sering digunakan oleh penjual dalam meningkatkan

---

<sup>41</sup> Nuraeni, "Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta" (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015).



penjualannya karena dengan adanya diskon atau potongan harga sangat menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan.<sup>42</sup>

Diskon merupakan salah satu jenis dari promosi penjualan. Potongan harga adalah pengurangan produk dari harga normal dalam periode tertentu. Diskon memberikan potongan harga untuk item produk yang sama dengan pembisnis lain namun dengan harga yang lebih murah. Diskon dapat mengubah persepsi pelanggan pada produk yang ditawarkan menjadi lebih positif, serta dapat mempengaruhi persepsi konsumen dalam hal keputusan pembelian.<sup>43</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai beberapa definisi diskon yang telah diuraikan, peneliti menyimpulkan bahwa *discount* atau potongan harga merupakan salah satu bentuk promosi atau strategi penjualan yang diberikan penjual kepada pembeli dengan harga yang murah dari harga normal.

#### b. Indikator *discount*

Menurut Sutisna, diskon adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu, yang menjadi indikator diskon adalah: <sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Syarifuddin, Silvy L Mandey, and Willian J.F.A Tumbuan, *Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran, Istana Agency*, 2022.

<sup>43</sup> Michael Hasim and Retno Budi Lestari, "Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang* 12, no. 1 (2022): 59–69.

<sup>44</sup> Raihan Arafah, Amrusi, and Musfiana, "Pengaruh Potongan Harga Pada Aplikasi Shopee Terhadap Pembelian Tidak Terencana Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi," *Economica Didactica* 3, no. 2 (2022): 1–6.

1) Besarnya potongan harga

Mengacu pada seberapa besar potongan harga yang diberikan pada produk yang sedang diskon. Semakin besar potongan harga yang diberikan, semakin menarik diskon tersebut bagi konsumen.

2) Masa potongan harga

Jangka waktu diskon yang diberikan merupakan seberapa lama produk akan tetapi diskon mempengaruhi seberapa banyak waktu yang dimiliki konsumen untuk memanfaatkannya.

3) Jenis produk yang mendapat potongan harga

Mencakup keanekaragaman produk yang mendapat potongan harga. Jika ada banyak pilihan produk yang diskon, konsumen akan memiliki lebih banyak opsi atau pilihan untuk dipilih.

## 5. *Self control*

a. Pengertian *self control*

Menurut Ghufon dan Risnawita *self control* atau kontrol diri diartikan sebagai suatu kemampuan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Selain itu, kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam bersosialisasi dilingkungannya, kemampuan mengendalikan perilaku, kecenderungan

menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain dan menutupi perasannya.<sup>45</sup>

Baumeister mengatakan, *self control* atau kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengarahkan tingkah lakunya sendiri untuk menekan atau menghambat dorongan yang ada.<sup>46</sup> Menurut Goldfiend dan Merbaum dalam Ghufon & Risnawita, kontrol diri merupakan kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif.<sup>47</sup>

Menurut Averill dalam Salahuddin et al., menjelaskan bahwa kontrol diri adalah variabel psikologi yang mencakup kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, dalam hal ini yaitu kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan, dan juga kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini.<sup>48</sup>

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan hasrat

---

<sup>45</sup> M Nur Ghufon and Rini Risnawati, *Teori-Teori Psikologi*, ed. Rose Kusumaningratri, II (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), hlm. 21-22.

<sup>46</sup> Roy F. Baumeister, "Yielding to Temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior," *Journal of Consumer Research* 28, no. 4 (2002): 670–76, <https://doi.org/10.1086/338209>.

<sup>47</sup> *Ibid.*, hlm. 22.

<sup>48</sup> Nurfadhillah Salahuddin, Patmawaty Taibe, and Minarni, "Pengaruh Self-Control Terhadap Agresivitas Verbal Pada Remaja Akhir Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Makassar," *Jurnal Psikologi Karakter* 4, no. 1 (2024): 215–21, <https://doi.org/10.56326/jpk.v4i1.3614>.

perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi dan berupaya untuk membawa kepada sesuatu yang positif.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi *self control*

Sebagaimana faktor psikologis lainnya, kontrol diri dipengaruhi oleh beberapa faktor. Secara garis besarnya, faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri dipengaruhi oleh faktor internal dan internal. Sebagai berikut:

1) Faktor internal

Faktor internal terhadap kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang itu.

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal pada kontrol diri adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orangtua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang.<sup>49</sup>

c. Indikator *self control*

Aspek-aspek *self control* biasa digunakan untuk mengukur kontrol diri individu. Menurut Averill dalam Muzakar et al., menjelaskan terdapat tiga aspek *self control*, sebagai berikut.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> *Ibid.*, hlm. 32.

<sup>50</sup> Abdullah Muzakar, Abdul Azizurrahman, and Nurmaulia Khotmi, *Psikologi Sosial* (Lombok Timur: Universitas Hamzanwadi Press, 2023), hlm. 144-145.

1) Kontrol perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan-kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan.

2) Kontrol kognitif (*cognitive control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan.

3) Kontrol keputusan (*decisional control*)

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya.

## 6. Perilaku konsumtif

a. Pengertian perilaku konsumtif

Menurut Effendi konsumtif berasal dari Bahasa Inggris *consumptive* yang berarti sifat mengkonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan suatu berperilaku boros untuk yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam artian luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan

keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewahan.<sup>51</sup>

Menurut Sumartono perilaku konsumtif adalah aktivitas membeli suatu barang dengan pertimbangan yang tidak masuk akal dan tidak berdasarkan pada kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan suatu aktivitas membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sama sekali sehingga sifatnya menjadi mubazir. Jadi, individu dalam melakukan pembelian lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada faktor kebutuhan (*need*).<sup>52</sup>

Konsumtif adalah suatu tindakan menggunakan suatu menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lain. Budaya konsumtif dapat menimbulkan shopilimia, dalam istilah psikologi dikenal sebagai *compulsive buying disorder* (penyakit kecanduan belanja). Penderitanya tidak menyadari bahwa dirinya terjebak dalam kubangan antara keinginan dan kebutuhan.<sup>53</sup>

Menurut Albarry dalam Fatmawatie perilaku konsumtif adalah perilaku konsumtif adalah sikap boros atau perilaku boros, yaitu dalam menggunakan barang atau jasa secara berlebihan. Ia juga melanjutkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku konsumsi yang boros dan

---

<sup>51</sup> Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, ed. PT. RajaGrafindo Persada, 1st ed. (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 16-17.

<sup>52</sup> Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan* (Bandung: Alfabeta, 2002), hlm. 188.

<sup>53</sup> Effendi, *Psikologi Konsumen*, hlm. 18.

berlebihan yang mengutamakan keinginan daripada kebutuhan dan tidak ada skala prioritas atau dapat juga diartikan sebagai gaya hidup mewah.<sup>54</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada suatu kebutuhan melainkan keinginan secara berlebihan cenderung kepada pemborosan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif erat kaitannya dengan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Sebagai berikut:

1) Faktor internal

a) Motivasi

Motivasi adalah suatu tindakan ajakan yang digunakan untuk menggambarkan kekuatan-kekuatan yang terdapat dalam organisme untuk membangkitkan dan mengarahkan perilakunya.

b) Proses dan pengalaman belajar

Kepribadian adalah perilaku yang sudah ada pada diri seseorang yang telah menjadi kebiasaan dan tetap ada pada diri seseorang.

---

<sup>54</sup> Fatmawatie, *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*, hlm. 39.

c) Kepribadian

Kepribadian adalah perilaku yang sudah ada pada diri seseorang yang telah menjadi kebiasaan dan tetap ada pada diri seseorang.

d) Konsep diri

Konsep diri diartikan sebagai pedoman atau cara melihat diri sendiri dan pada waktu tertentu menjadi gambaran dari apa yang kita pikirkan.

*Self esteem* atau harga diri merupakan bagian dari konsep diri yang merujuk pada sejauh mana seseorang merasa berharga atau dihargai. Jadi, harga diri adalah salah satu elemen penting yang membentuk konsep diri seseorang.<sup>55</sup>

e) Keadaan ekonomi

Memilih dan membeli suatu produk sangat ditentukan oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya lebih hati-hati daripada orang yang memiliki ekonomi tinggi

f) Gaya hidup

Gaya hidup berarti suatu konsep konsumsi yang menerapkan pilihan bagaimana individu menghabiskan waktu dan uangnya.

---

<sup>55</sup> Uswatun Hasanah and Beti Malia Rahma Hidayati, "Harga Diri Dengan Intensitas Selfie Pada Ibu Rumah Tangga," *IDEA: Jurnal Psikologi* 5, no. 1 (2021): 25–39, <https://doi.org/10.32492/idea.v5i1.5103>.



*Lifestyle* merupakan kata lain dari gaya hidup menjadi faktor yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif seseorang.

## 2) Faktor eksternal

### a) Budaya

Kebudayaan merupakan suatu bentuk sikap yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam suatu kelompok, baik dalam kelompok besar maupun kelompok kecil.

### b) Kelas sosial

Kelas sosial ialah kelompok yang adil dan bertahan lama dalam masyarakat yang terstruktur dalam hierarki dan yang keanggotaannya memiliki sistem nilai, minat, dan sikap yang serupa.

### c) Keluarga

Keluarga adalah kelompok kecil yang menyediakan model fundamental utama bagi perkembangan remaja.

### d) Grup atau grup referensi

Grup atau grup referensi membuat seseorang beradaptasi dengan perilaku dan gaya baru dan memengaruhi perilaku seseorang, dan konsep pribadi dan membentuk tekanan untuk mencari tahu apa yang mungkin memengaruhi pilihan produk dan merek.

Lingkungan teman sebaya termasuk dalam faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif, tepatnya dalam kategori grup referensi. Teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dengan cara memperkenalkan tren, barang, atau gaya hidup tertentu. Seseorang mungkin merasa terdorong untuk membeli barang atau mengikuti pola konsumsi yang sama dengan teman-temannya agar diterima dalam kelompok atau merasa sejalan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam lingkungan sosial mereka.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu *lifestyle* (gaya hidup) dan *self esteem* (harga diri) berada pada kategori konsep diri. Adapun faktor eksternalnya yaitu *peer environment* yang termasuk dalam kategori grup referensi. Sedangkan variabel *discount* dalam beberapa penelitian menjadi faktor eksternal juga yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

#### c. Indikator perilaku konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif dapat digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif seseorang. Menurut Lina dan Rosyid dalam Diana, aspek-aspek perilaku konsumtif terdiri dari:<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Duwi Diana, "Hubungan Body Image Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pada Remaja Putri," *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 7, no. 3 (2019): 433–40, <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i3.4802>.

- 1) Pembelian impulsif (*impulsive buying*), yaitu pembelian barang yang semata-mata hanya didasari oleh hasrat yang muncul tiba-tiba atau keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan.
- 2) Pembelian secara tidak rasional (*non rational buying*), yaitu pembelian yang didasari oleh sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain atau karena gengsi agar dapat dikesan sebagai orang yang mengikuti mode.
- 3) Pembelian berlebihan atau pemborosan (*wasteful buying*), yaitu pembelian yang lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan dan menghambur-hamburkan uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

d. Teori konsumsi dalam Islam

Salah satu perbedaan mendasar antara sistem ekonomi Islam dan konvensional adalah menyoroti masalah kebutuhan dan keinginan. Islam berpandangan bahwa hal terpenting yang harus dicapai dalam aktifitas konsumsi adalah *mashlahah*. *Mashlahah* adalah segala bentuk keadaan, baik material maupun non material. *Mashlahah* memiliki dua kandungan, yaitu manfaat dan berkah. *Mashlahah* hanya bisa didapatkan oleh konsumen saat mengkonsumsi barang yang halal saja. Halal adalah tindakan yang dibenarkan untuk dilakukan oleh syara.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> Dina Kurnia Salwa, "Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya," *Labatila : Ilmu Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2019): 96–107.

Islam tidak melarang konsumsi kecuali itu memang dilarang atau diharamkan. Konsumsi dalam Islam lebih didasarkan atas kebutuhan (*need*) dan tidak dilihat dari keinginan (*want*). Perbedaan ini tentunya meliputi perbedaan yang sifatnya hanya perbedaan sesaat atau hawa nafsu. Teori konsumsi sekuler hanya mencakup kebutuhan duniawi saja. Sedangkan Islam mengajarkan umatnya untuk hidup seimbang antara keduanya, yaitu dengan terpenuhinya kebutuhan duniawi dan ukhrawi.<sup>58</sup>

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut bisa meningkatkan martabat manusia. Tetapi Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas termasuk pemborosan yang berlebihan itu dengan membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya secara tidak rasional, tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan hawa nafsu. Allah akan mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas.<sup>59</sup> Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

المُعْتَدِينَ ﴿٤٧﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan sesuatu yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak

<sup>58</sup> *Ibid.*

<sup>59</sup> Rohayedi and Maulina, “Konsumerisme Dalam Perspektif Islam.”

*menyukai orang-orang yang melampaui batas.”* (QS. Al-Maidah [5]:87)<sup>60</sup>

Dapat disimpulkan berdasarkan ayat di atas, bahwa kita seharusnya tidak melampaui batas dalam segala hal, termasuk dalam konsumsi barang dan jasa. Kita diajarkan untuk hidup sederhana, tidak boros, dan bijak dalam menggunakan sumber daya yang ada, serta peduli terhadap orang lain. Dalam menghadapi dunia konsumtif yang penuh dengan godaan untuk membeli lebih banyak barang, penting untuk tetap menjaga prinsip keseimbangan yang diajarkan oleh Islam dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Konsumsi yang Islami dalam pandangan *maqashid syariah* harus mengacu pada nilai-nilai syariah dan tujuan ditetapkan syariah. Menurut Imam Al-Ghazali tujuan ditetapkan syariah adalah untuk mempromosikan kesejahteraan umat manusia yang terletak dalam menjaga iman (*hifzh ad-din*), diri manusia (*hifzh an-nafs*), kecerdasan (*hifzh al-‘aql*), keturunan (*hifzh al-nasl*) dan kekayaan (*hifzh al-mal*).<sup>61</sup>

Perilaku konsumtif dalam Islam disebut dengan *israf* (pemborosan) atau *tabdzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). Berdasarkan tinjauan *maqashid syariah*, perilaku konsumtif termasuk kedalam kategori yang tidak selaras dengan *hifzh al-mal*. Karena konsep

---

<sup>60</sup> Al-Quran Kemenag Online.

<sup>61</sup> Annisa Masruri Zaimsyah and Sri Herianingrum, “Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Konsumsi,” *Jurnal Studi Keislaman* 5, no. 1 (2019): 22–33, [https://www.researchgate.net/publication/337490712\\_Tinjauan\\_Maqashid\\_Syariah\\_Terhadap\\_Konsumsi](https://www.researchgate.net/publication/337490712_Tinjauan_Maqashid_Syariah_Terhadap_Konsumsi).

*hifzh al-mal* menekankan pentingnya pengelolaan harta secara bijak, efisien, dan tidak berlebihan (*israf*).<sup>62</sup>

Adapun jika kita mendadak membeli barang dengan jumlah banyak tetapi bertujuan untuk di sedekahkan kepada orang lain maka hal tersebut tidak dapat dikatakan perilaku konsumtif karena tindakan tersebut sudah sesuai dengan tujuan *maqashid syariah hifzh mal* yaitu melindungi harta kekayaan seperti dari perampokan maupun pemborosan. Karena dengan sedekah dapat membantu orang lain yang membutuhkan dan dapat mencegah pemborosan jika dilakukan dengan bijak dan sesuai dengan penerima.<sup>63</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang relevan dalam penelitian ini dirujuk dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang dilakukan, Adapun penelitian yang relevan yakni sebagai berikut:

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

| No | Penulis                                                                                       | Judul Penelitian                                                                                                        | Hasil Penelitian                                                                                                            |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Febriana Hidayanti, Naelati Tubastuvi, Wida Purwidiyanti, Hermin Endratno, 2023 <sup>64</sup> | Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa | a. Literasi keuangan dan kontrol diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.<br>b. Gaya hidup dan konformitas teman |

<sup>62</sup> Muhajir Zainuddin and Mahlel, "Konsumsi Barang Dan Jasa Dalam Perspektif Teori Maqashid Al-Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2022): 45–54, <https://ejournal.iaialaziziyah.ac.id/index.php/jsen/article/view/528%0Ahttps://ejournal.iaialaziziyah.ac.id/index.php/jsen/article/download/528/483>.

<sup>63</sup> *Ibid.*

<sup>64</sup> Hidayanti et al., "The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, and Peer Conformity on Student'S Consumptive Behavior."

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                    | sebay<br>berpengaruh positif<br>dan signifikan<br>terhadap perilaku<br>konsumtif.                                                                                                                                                                                                 |
|   | <b>Persamaan:</b> Menggunakan gaya hidup sebagai variabel (X), perilaku konsumtif (Y)                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|   | <b>Perbedaan:</b> Pada penelitian ini <i>self control</i> digunakan sebagai variabel (X), sedangkan pada penelitian penulis <i>self control</i> digunakan sebagai variabel intervening (Z)                                                                      |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 2 | Dwi Siti Lestari, Kurniawati Mutmainah, Romandhon, 2024 <sup>65</sup>                                                                                                                                                                                           | Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIQ Fakultas Ekonomi dan Bisnis) | a. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.<br>b. Pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.<br>c. Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.<br>d. Budaya digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif |
|   | <b>Persamaan:</b> Menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen, dan gaya hidup sebagai variabel independen                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|   | <b>Perbedaan:</b> Pada penelitian ini variabel independent menggunakan literasi keuangan, pengendalian diri dan budaya digital sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan <i>lifestyle, self esteem, peer environment</i> dan <i>discount</i> |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 3 | Rahel Monica S. Simangunsong, Karina Meriem Beru Brahmana, Nenny Ika Putri Simarmata, 2021 <sup>66</sup>                                                                                                                                                        | Pengaruh Harga Diri Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Generasi Z                                                                                | a. Tidak terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif<br>b. Tidak terdapat pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif                                                                                                                                 |

<sup>65</sup> Lestari, Mutmainah, and Romandhon, "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNSIQ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)."

<sup>66</sup> Simangunsong, Putri, and Brahmana, "Pengaruh Harga Diri Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Generasi Z."

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                               |                                                                                                                                                 |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                               | c. Tidak adanya pengaruh harga diri dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa                                        |
|   | <b>Persamaan:</b> Menggunakan harga diri dan teman sebaya sebagai variabel independent dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen                                                                                                                                 |                                                                                               |                                                                                                                                                 |
|   | <b>Perbedaan:</b> Selain berbeda pada tahun penelitian, objek pada penelitian ini pun berbeda                                                                                                                                                                           |                                                                                               |                                                                                                                                                 |
| 4 | Mah Nela Yaziid, Sumarno, Hardisem Syabrus, 2024 <sup>67</sup>                                                                                                                                                                                                          | Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Riau | a. Diskon berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif.<br>b. Gratis ongkir berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif. |
|   | <b>Persamaan:</b> Menggunakan diskon sebagai variabel (X) dan perilaku konsumtif sebagai variabel (Y)                                                                                                                                                                   |                                                                                               |                                                                                                                                                 |
|   | <b>Perbedaan:</b><br>a. Pada penelitian tersebut menggunakan gratis ongkir sebagai variabel (X)<br>b. Objek penelitian ini hanya kepada mahasiswa FKIP saja, sedangkan pada penelitian penulis ditujukan kepada seluruh mahasiswa                                       |                                                                                               |                                                                                                                                                 |
| 5 | Sulistia Fahrnis Imani dan Lita Ariani, 2023 <sup>68</sup>                                                                                                                                                                                                              | Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Banjarmasin                 | a. Harga diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.                                                                    |
|   | <b>Persamaan:</b> Menggunakan harga diri sebagai variabel (X) dan perilaku konsumtif sebagai variabel (Y)                                                                                                                                                               |                                                                                               |                                                                                                                                                 |
|   | <b>Perbedaan:</b><br>a. Selain berbeda pada tahun penelitian, objek pada penelitian ini pun berbeda<br>b. Pada penelitian ini, objek penelitian kepada seluruh mahasiswa di Banjarmasin, sedangkan objek pada penelitian penulis ditujukan kepada satu universitas saja |                                                                                               |                                                                                                                                                 |

<sup>67</sup> Yaziid, Sumarno, and Syabrus, "Pengaruh Diskon Dan Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Riau."

<sup>68</sup> Imani and Ariani, "Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Banjarmasin."



|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6 | Misda Sari, 2019 <sup>69</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Islam Riau      | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Lingkungan teman sebaya berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.</li> <li>b. Lingkungan teman sebaya berpengaruh positif terhadap kontrol diri</li> <li>c. Kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.</li> <li>d. Kontrol diri tidak mau mediasi antara lingkungan teman sebaya terhadap perilaku.</li> </ul> |
|   | <b>Persamaan:</b> Menggunakan variabel yang sama yaitu lingkungan teman sebaya (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui kontrol diri (Z)                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|   | <b>Perbedaan:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Selain berbeda pada tahun penelitian, objek pada penelitian ini pun berbeda</li> <li>b. Pada penelitian ini objek penelitian hanya kepada mahasiswa Pendidikan ekonomi saja, sedangkan pada penelitian penulis cakupan objek penelitian lebih luas yakni kepada seluruh mahasiswa.</li> </ul> |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 7 | Elyza Umami, Hamdani, Anwar Puteh, T. Saifullah, 2023 <sup>70</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Pengaruh Harga Diskon dan Promo Gratis Ongkir Pada Penggunaan Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Variabel diskon tidak berpengaruh dan signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah universitas malikussaleh</li> <li>b. Variabel Gratis ongkir berpengaruh dan signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa</li> </ul>                                                                                                   |

<sup>69</sup> Sari, "Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Islam Riau."

<sup>70</sup> Umami et al, "Pengaruh Harga Diskon Dan Promo Gratis Ongkir Pada Penggunaan Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam."

|   |                                                                                                       |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                       |                                                                                                                                          | ekonomi syariah universitas malikussaleh<br>c. variabel diskon, dan promo gratis ongkos kirim berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah universitas malikussaleh                                                                                                                                                                                                                                                               |
|   | <b>Persamaan:</b> Menggunakan diskon sebagai variabel (X) dan perilaku konsumtif sebagai variabel (Y) |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|   | <b>Perbedaan:</b> Pada penelitian ini menambahkan variabel promo gratis ongkir sebagai variabel (X)   |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 8 | Neha Shintya, 2024 <sup>71</sup>                                                                      | Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening | a. Literasi keuangan, gaya hidup dan uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.<br>b. Literasi keuangan, gaya hidup dan uang elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri.<br>c. Kontrol diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.<br>d. Kontrol diri tidak mampu memediasi pengaruh dari literasi keuangan dan uang elektronik terhadap<br>e. Perilaku konsumtif. Kontrol |

<sup>71</sup> Shintya, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening."

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                      | diri mampu memediasi pengaruh dari gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.                                                                                                                                                                                                      |
|    | <b>Persamaan:</b> Menggunakan variabel gaya hidup (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan kontrol diri sebagai variabel intervening                                                                                                                              |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|    | <b>Perbedaan:</b> Pada penelitian ini menggunakan literasi keuangan dan uang elektronik sebagai variabel independent                                                                                                                                                |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 9  | Sulis Daryanti, 2023 <sup>72</sup>                                                                                                                                                                                                                                  | Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi | <p>a. Media sosial dan teman sebaya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.</p> <p>b. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara media sosial dan teman sebaya secara simultan (bersama-sama) memiliki terhadap Perilaku konsumtif.</p> |
|    | <b>Persamaan:</b> Menggunakan teman sebaya sebagai variabel (X) dan perilaku konsumtif sebagai variabel (Y)                                                                                                                                                         |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|    | <b>Perbedaan:</b> <p>a. Menggunakan media sosial sebagai variabel (X)</p> <p>b. Pada penelitian ini objek penelitian peneliti hanya kepada mahasiswa fakultas ekonomi saja, sedangkan pada penelitian penulis objek penelitian nya kepada keseluruhan mahasiswa</p> |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 10 | Fitriani, 2020 <sup>73</sup>                                                                                                                                                                                                                                        | Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Siswa Di Sma YLPI Pekanbaru                        | <p>a. Lingkungan teman sebaya (X) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y)</p> <p>b. Lingkungan teman sebaya (X) berpengaruh positif terhadap kontrol diri (Y)</p>                                                                                                   |

<sup>72</sup> Daryanti, "Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi."

<sup>73</sup> Fitriani, "Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Siswa Di Sma YLPI Pekanbaru."

|  |                                                                                                                                                              |  |                                                                         |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                                                              |  | c. Kontrol diri (X) berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Y) |
|  | <b>Persamaan:</b> Menggunakan lingkungan teman sebaya sebagai variabel (X) perilaku konsumtif sebagai variabel (Y) melalui control diri sebagai variabel (Z) |  |                                                                         |
|  | <b>Perbedaan:</b> Pada objek penelitian ini tertuju kepada anak SMA, sedangkan pada penelitian penulis objek nya kepada mahasiswa                            |  |                                                                         |

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu di atas, pada penelitian ini tentunya terdapat perbedaan. Perbedaan atau kebaruan pada penelitian ini yaitu menggunakan gabungan beberapa variabel di atas, yakni *lifestyle*, *self esteem*, *peer environment* dan *discount* sebagai variabel dependen, perilaku konsumtif sebagai variabel independen, *self control* sebagai variabel intervening dan objek penelitiannya yaitu mahasiswa aktif Universitas Siliwangi yang beragama Islam dan pernah membeli produk *fashion* di *online shop*.

### C. Kerangka pemikiran

Perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumsi yang boros dan berlebihan yang mengutamakan keinginan daripada kebutuhan dan tidak ada skala prioritas atau dapat juga diartikan sebagai gaya hidup mewah.<sup>74</sup> Perilaku konsumtif bisa terjadi pada berbagai kalangan. Kelompok remaja termasuk pada usia yang sangat konsumtif, dimana mahasiswa berada pada rentang usia

---

<sup>74</sup> Fatmawatie, *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*.

tersebut.<sup>75</sup> Sejalan dengan teori tersebut, berdasarkan hasil studi pendahuluan didapatkan hasil bahwa mahasiswa Universitas Siliwangi dinyatakan berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif mahasiswa dapat ditimbulkan dari faktor diri sendiri (internal) dan dari pengaruh luar (eksternal). Faktor internal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa yaitu *lifestyle* atau gaya hidup. Dikatakan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa.<sup>76</sup> Selain *lifestyle*, *self esteem* atau harga diri juga menjadi faktor internal perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian menyatakan bahwa semakin tinggi harga diri seseorang maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif mahasiswa.<sup>77</sup>

Selain dari faktor internal, perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh faktor eksternal. *Peer environment* atau lingkungan teman sebaya dan *discount* menjadi faktor eksternal seseorang menjadi konsumtif. Lingkungan teman sebaya memiliki pengaruh negatif dan positif, karena lingkungan teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku seseorang salah satunya dalam menentukan produk yang dikonsumsi.<sup>78</sup> *Discount* atau potongan harga menjadi salahsatu mahasiswa tidak berfikir rasional dalam membeli produk secara selektif, sehingga *discount* menjadi penyebab munculnya perilaku konsumtif.

---

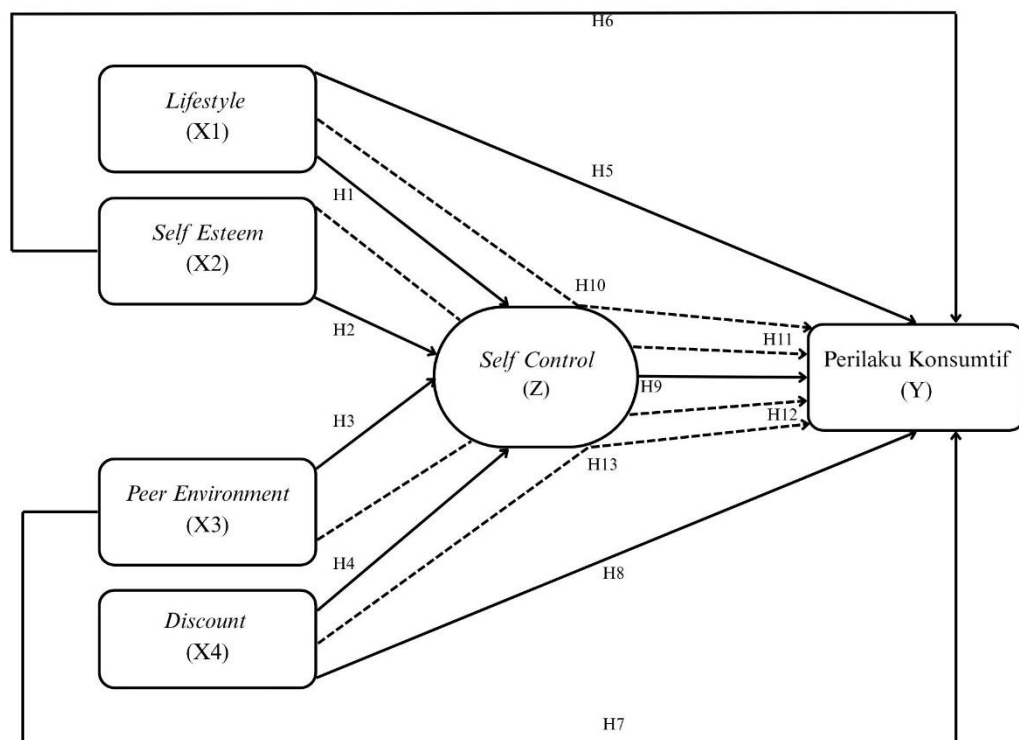
<sup>75</sup> Imani and Ariani, "Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Banjarmasin."

<sup>76</sup> Hidayanti et al., "The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, and Peer Conformity on Student'S Consumptive Behavior."

<sup>77</sup> Imani and Ariani, "Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Banjarmasin."

<sup>78</sup> Nurdiana, "Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Pada Siswa Kelas 12 Smk Lab Business School Tangerang."

Dengan melalui variabel intervening sebagai *self control* yang memediasi antara *lifestyle*, *self esteem*, *peer environment* dan *discount* terhadap perilaku konsumtif. Peran *self control* dalam perilaku konsumtif sangat dibutuhkan, karena bisa membantu seseorang untuk menahan keinginan membeli barang yang tidak perlu yang bisa berujung kepada pemborosan. Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya, maka selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini, tentang hubungan antar variabel dengan dapat dilihat dari gambar yang disajikan di bawah ini:



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

Keterangan:

————→ : Pengaruh Langsung

- - - - -> : Pengaruh Tidak Langsung

#### D. Hipotesis

Hipotesis menurut Sumartono merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>79</sup> Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : *Lifestyle* (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap *self control* (Z) mahasiswa Universitas Siliwangi
- H<sub>2</sub> : *Self esteem* (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap *self control* (Z) mahasiswa Universitas Siliwangi
- H<sub>3</sub> : *Peer environment* (X<sub>3</sub>) berpengaruh signifikan terhadap *self control* (Z) mahasiswa Universitas Siliwangi
- H<sub>4</sub> : *Discount* (X<sub>4</sub>) berpengaruh signifikan terhadap *self control* (Z) mahasiswa Universitas Siliwangi
- H<sub>5</sub> : *Lifestyle* (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Universitas Siliwangi
- H<sub>6</sub> : *Self esteem* (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Universitas Siliwangi
- H<sub>7</sub> : *Peer environment* (X<sub>3</sub>) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Universitas Siliwangi

---

<sup>79</sup> Soegiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 99-100.

- H<sub>8</sub> : *Discount* (X<sub>4</sub>) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Universitas Siliwangi
- H<sub>9</sub> : *Self control* (Z) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Universitas Siliwangi
- H<sub>10</sub> : *Lifestyle* (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui *self control* (Z) mahasiswa Universitas Siliwangi
- H<sub>11</sub> : *Self esteem* (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui *self control* (Z) mahasiswa Universitas Siliwangi
- H<sub>12</sub> : *Peer environment* (X<sub>3</sub>) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui *self control* (Z) mahasiswa Universitas Siliwangi.
- H<sub>13</sub> : *Discount* (X<sub>4</sub>) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui *self control* (Z) mahasiswa Universitas Siliwangi