

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kecanduan dalam KBBI Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki dua arti. Kecanduan berasal dari sebuah kata dasar yaitu candu. Pertama, kecanduan memiliki arti suatu kegemaran hingga melupakan hal-hal yang lain contohnya kecanduan pada semua macam permainan yang tampak menonjol. Kedua, Kecanduan adalah ketagihan pada sesuatu sehingga menjadikan ketergantungan pada obat-obatan, minuman, dan sebagainya contohnya banyak sekali pemuda yang hancur masa depannya karena kecanduan pada morfin. *Shopping* dalam bahasa Indonesia memiliki arti berbelanja berasal dari kata belanja. Berbelanja dalam KBBI Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu membeli (toko, kedai, dan sebagainya).¹ Maka kecanduan *shopping* merupakan gabungan dari dua kata yang memiliki arti suatu kegemaran melakukan kegiatan berbelanja yang berlebihan.

Menurut Faber dan O'Guinn, perilaku adiktif disebut dengan kecanduan *shopping* atau *compulsive buying* merupakan suatu aktivitas berbelanja yang bersifat abnormal, dimana konsumen memiliki keinginan yang kuat, tidak terkontrol, sangat kronis, dan memiliki keinginan selalu mengulang kegiatan

¹Menurut KBBI online (Kamus Besar Bahasa Indonesia) <https://www.google.co.id/amp/s/kbbi.web.id/belanja.html> , diakses pada tanggal 30 November 2018.

untuk berbelanja.² Mereka tidak pernah memikirkan waktu dan banyak uang yang harus dikeluarkan ketika berbelanja, serta tidak pernah memikirkan barang tersebut dibutuhkan atau tidak.³ Sebutan bagi orang yang mengalami kecanduan *shopping* atau *compulsive buying* yaitu *shopaholic*.⁴ Menurut Rook dalam buku Edward, kecanduan *shopping* atau *compulsive buying* akan menderita kehilangan *control impuls* (kontrol dorongan hati) secara *repetitive* (berulang) kemudian pada akhirnya akan menemukan konsekuensinya. Konsekuensi yang diciptakan pada kecanduan *shopping* adalah menghabiskan uang untuk mengatasi kecemasan dan stress. Akibat hal tersebut memberikan dorongan untuk melakukan belanja secara berkelanjutan. Setelah mendapatkan sebuah kepuasan berbelanja maka individu tersebut mempunyai perasaan lega. Sama halnya seperti proses kecanduan *addiction* lainnya, untuk mendapatkan tingkat *well-being* maka orang yang sudah kecanduan *shopping* selalu mengutamakan berbelanja.⁵ Dapat disimpulkan bahwa kecanduan *shopping* atau *compulsive buying* adalah suatu kebiasaan dimana konsumen memiliki keinginan yang tidak terkontrol kemudian menggunakan uangnya untuk mengatasi kecemasan dan *stress* dengan cara *shopping* yang berlebihan.

² Teguh Lesmana, Samsumiati Sam'at, dkk, *Application of CBT in Coping with Compulsive Buying on Online Shopping by Young Adult Woman*, Jurnal Muarallmu Sosial, Humaniora, dan Seni, Volume 1 No. 1 April 2017, hal 67.

³ Widowati Wahyuningsih, Indah Fatmawati, *THE INFLUENCE OF HEDONIC LIFESTYLE, SHOPPING ADDICTION, FASHION INVOLVEMENT ON GLOBAL BRAND IMPULSE BUYING*, Volume 7 No.2 tahun 2016, hal. 282.

⁴ Aisyah Auria, "Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Shopping Addiction Pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Malik Ibrahim Malang" (Skripsi, FDK Universitas Islam Negeri Malang: 2018) hal. 2.

⁵ *Ibid...*, hal . 18.

Kecanduan (*addiction*) sama seperti tingkah laku adiksi pada pengguna alkohol atau obat-obatan terlarang yang memberikan suatu kesenangan dalam dirinya, menimbulkan kebahagiaan yang berlebihan, dan menghilangkan rasa sakit atau putus asa. Hal-hal tersebut berkaitan dengan teori Arenson (2003) menyatakan bahwa *Brain Chemistry* adalah kunci dari dorongan kecanduan. Kondisi sosial ekonomi, lingkungan sekitar, dan gaya hidup dari kecil berkaitan erat dengan kecanduan shopping. Dalam buku *introduction of addiction* disebut bahwa menurut pemikiran psikoanalisa orang pecandu drugs, alkohol, obat-obatan terlarang, dan berbelanja sebagai sesuatu *defense mechanism*. Disebut *defense mechanism* karena mereka berfikir secara rasional telah gagal kemudian egonya menjadi suatu mekanisme protektif yang irasional.⁶

Pola kehidupan kecanduan *shopping* yang disebut dengan *shopaholic* dipengaruhi dari kondisi sosial dan tuntutan gaya baru untuk kepentingan penampilan fisik sebagai penilaian utama, kemudian mereka berkaca dengan membandingkan keadaan atau penampilan orang lain seperti artis dan selebgram. Ketika dirinya tidak puas maka dia membeli barang-barang yang menunjang penampilannya dengan alasan agar lebih mudah diterima oleh lingkungan pergaulan. Kebanyakan keinginan untuk pergi ke mall sangat tinggi untuk kebanyakan orang kota.

Diperoleh data dari kunjungan masyarakat di mall kota Surabaya pada satu tahun ke tahun yang lain mengalami peningkatan. Dari berita surya news

⁶ *Ibid...*, hal 4.

pada tahun 2011 pada pengunjung mall dengan jumlah pengunjung sebanyak 45 ribu kemudian pada tahun 2012 jumlah pengunjung sebanyak 60 ribu. Pada data tersebut dapat dilihat pada setiap tahunnya di mall Surabaya telah mengalami peningkatan pengunjung sebanyak 15 ribu. Kebanyakan dari pengunjung yang mendominasi kepadatan mall pada umur 17-20 tahun sekitar 30 ribu pengunjung.⁷ Dari data ini bisa dilihat bahwa pengunjung mall kebanyakan remaja berusia 17 sampai 20 tahun pada pengunjung mall tahun 2012.

Pecandu *shopping* umumnya sangat banyak dilakukan oleh kaum wanita. Untuk mendukung dan memperkuat bahwa pecandu *shopping* adalah kaum wanita berikut menurut pendapat Lorrin bahwa lebih dari 90 persen penderita gangguan kecanduan *shopping* atau *compulsive buying* adalah wanita. Dewasa awal merupakan usia rata-rata dari wanita 20-30 tahun. Kebanyakan yang sangat mendominasi antara laki-laki dan perempuan untuk berbelanja adalah para kaum wanita. Pada dasarnya wanita memang menjadi salah satu cara meningkatkan harga diri dan kelas sosial pada lingkungannya.⁸

Menurut Edward lingkungan sangat mendukung untuk selalu membuat orang sekitar meniru lingkungan tersebut. Keinginan yang sangat besar yang biasanya datang dari rekan ,kerja, teman kuliah, tuntutan pekerjaan,dan media

⁷ (<http://surabaya.tribunnews.com/2016/02/03/pengunjungmall-meningkat-hingga-50-persen-pada-perayaan-imlek>). Diakses pada tanggal 30 November 2018.

⁸ Novian Rizky Pratama Poetra, *Media Internet dan Perilaku Shopping Addiction (Studi Deskriptif Media Internet dan Perilaku Shopping Addiction Di Surabaya)*, hal. 8.

membuat seseorang sangat terpengaruh secara cepat. Seseorang akan berbelanja untuk mendapatkan perasaan senang dan berbagi cerita kepada lingkungannya.⁹

Loudon dan Bitta mengungkapkan pendapatnya remaja merupakan kumpulan dari banyak orang yang selalu mengeluarkan uang secara berlebihan, karena pada hakikatnya kaum remaja menyukai hal yang belum ada dan masih terbaru, kurang memikirkan hal yang realistis dan lebih condong pada pemborosan.¹⁰ Pergaulan yang diciptakan oleh lingkungan yang menjadi hal terbaru membuat kaum remaja wanita sangat cepat menirukan hal-hal tersebut, pembicaraan, sikap, perilaku lebih besar pengaruhnya dibandingkan dari keluarga. Masa remaja akan lebih banyak dihabiskan di luar rumah oleh karena itu pengaruh dari lingkungan akan lebih besar di banding pengaruh dari dalam rumah. Remaja mengetahui bahwasannya dukungan sosial itu dipengaruhi oleh cara berpenampilan yang menarik berdasarkan apa yang dikenakan, sehingga tidak heran bila setiap pembelian pakaian dan aksesoris oleh remaja sangat penting.

Menurut Meilaratri, seorang remaja wanita lebih banyak mengeluarkan uang untuk berbelanja daripada remaja laki-laki, karena untuk menunjang penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, sepatu dan baju sangat penting. Remaja khususnya wanita banyak yang mengaku bahwa diri mereka kurang dapat menahan diri ketika mereka memiliki keinginan membeli beberapa barang atau

⁹ *Ibid...*, hal. 8.

¹⁰ Aisyah Auria, “*Pengaruh Konsep Diri Terhadap perilaku Shopping Addiction Pada Mahasiswa Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*”, (Skripsi, UIN Maliki, 2013), hal. 5.

produk.¹¹ Remaja wanita pada umumnya kurang mempertimbangkan apapun terlebih dahulu. Kebanyakan dari kaum wanita langsung membeli dengan alasan bahwa yang paling utama yaitu mereka merasa puas mendapatkan sebuah barang yang menjadi keinginan.

Menurut Hasibuan kecanduan *shopping* memiliki banyak macam alasan untuk kembali membeli barang-barang yang kurang dibutuhkan yang salah satunya yaitu apabila tidak segera terbeli ada rasa takut tidak bisa mendapatkan barang tersebut. apabila mereka tidak memiliki uang maka mereka mempunyai banyak cara untuk mendapatkan uang tersebut salah satu caranya adalah dengan cara meminjam uang ke teman mereka. Selain itu pada umumnya apabila mereka akan membeli sebuah barang atau produk mereka tidak melakukan survey terlebih dahulu, alasannya adalah agar mereka tidak terlalu lama dalam memilih barang yang cocok dan sesuai dengan pilihan dan selera mereka.¹²

Gaya hidup merupakan faktor yang sangat penting bagi individu untuk melakukan kegiatan shopping dan membuat dirinya tidak kalah dengan kelompok sosialnya. Amstrong mengatakan bahwa gaya hidup seseorang terlihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu, seperti kegiatan untuk mendapatkan atau menggunakan barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Kegiatan untuk

¹¹ Meilaratri, B, dkk, *Konsep diri dan Kecenderungan Pengambilan Keputusan dalam Membeli Pakaian pada Remaja Wanita. Insight Journal*, Volume 2 No.1 tahun 2004, hal. 19.

¹² Nurul Arbaini, *Gaya Hidup Shopaholic Pada Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fisip Universitas Riau Yang Kecanduan Berbelanja Pakaian)*, Volume 4 No.1 tahun 2017, Jurnal Jom FISIP, hal. 4.

mendapatkan atau menggunakan barang dan jasa sangat menunjukkan bahwa gaya hidup sangat berhubungan dengan kecanduan *shopping* karena mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa diperoleh dari hasil belanja. Individu-individu penderita perilaku kecanduan *shopping* akan membeli, mendapatkan, dan menggunakan barang dan jasa dengan belanja secara berlebihan untuk mendapatkan gaya hidup yang menurutnya akan dinilai baik oleh lingkungan sekitarnya.¹³

Kecanduan *shopping* menjadi sebuah gaya hidup dan dianggap seperti hal biasa. Peneliti melakukan wawancara terhadap mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Banyak sekali alasan yang disampaikan tentang apa saja yang membuat mereka terdorong untuk melakukan kegiatan *shopping* yang berlebihan, diantaranya :

1. Karena keinginan, keinginan yang disebabkan oleh tekanan menimbulkan rasa ingin kemudian hal yang dilakukan untuk menghindari tekanan yang menimbulkan stress tersebut maka harus membeli, dengan bagaimana pun caranya dan menghalalkan banyak cara seperti meminjam uang pada teman.
2. Status sosial, ketika mereka para wanita berbelanja barang yang sukainya dengan bandrol harga yang sangat mahal secara otomatis dalam diri mereka mempunyai keinginan, ketika dilihat orang lain mempunyai derajat yang lebih

¹³ Yanto Prasetyo, *Gaya Hidup Dan Shopping Addiction*, Jurnal Psikologi Indonesia, Volume 6 No.2 tahun 2017, hal. 126

tinggi. Anggapan yang diinginkan yaitu orang ini sangat kaya dan mampu membeli barang-barang original yang harganya mahal.

3. Mendapat pujian, ketika kita dapat membeli barang branded tidak sedikit orang khususnya wanita ingin dipuji. Hal semacam ini yang menjadi kebahagiaan seorang perempuan ketika dipuji cantik oleh semua orang.
4. Sebagai sebuah hobi atau kegemaran, kecenderungan wanita memiliki hobi mengumpulkan barang yang menarik, lucu dan jumlahnya barang yang terbatas (*best seller*) membuat keinginan untuk berbelanja semakin meningkat.
5. Sebagai barang koleksi, kebanyakan wanita akan krisis percaya diri jika mereka ketinggalan *fashion*. Kurangnya rasa percaya diri dan minder karena *fashion* yang dikenakan kurang menarik ketika mereka melihat *fashion* dengan teman-temannya. Tetapi tidak hanya itu saja, ketika mereka tergiur oleh perhiasan yang beragam seperti cincin, gelang, kalung dan anting lalu jam tangan dan masih banyak lagi.
6. Meniru gaya selebgram, saat ini mahasiswa sangat sering melihat vlog (video blog) dan instagram sebuah media sosial yang sangat ramai dikunjungi banyak orang. Menurut mahasiswa peniruan gaya hidup selebgram merupakan sesuatu hal yang wajib. Menurut mereka untuk mendukung kecantikan seseorang, maka mereka harus meniru gaya atau *style* tersebut agar membuat

mereka lebih cantik. Hal yang ditirukan biasanya berupa *fashion, make up*, dan apapun yang dipakai oleh selebgram tersebut.¹⁴

Ternyata bukan hanya gaya hidup saja yang menjadi latar belakang keinginan mereka untuk melakukan kegiatan berbelanja. Aktivitas kecanduan *shopping* diekspresikan dengan perasaan bahagia dan kekuatan secara langsung membuat diri menjadi puas pada diri sendiri. Efek selanjutnya seseorang melakukan kegiatan *shopping* agar mendapatkan sebuah kepuasan luar biasa dalam diri. Kecanduan *shopping* dapat menjadikan pada perilaku pemborosan. Berbelanja yang tidak pada tahap wajar yang disebut kecanduan *shopping* demi memenuhi kepuasan diri, kemudian seseorang yang selalu mendahulukan keinginan, tentunya hal-hal tersebut sangat dilarang dalam agama islam. Dalam Al-qur'an yang menjelaskan tentang larangan dalam perilaku pemborosan sebagaimana dalam surat Al Isro' ayat 26-27 :

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ
تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾
إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ
كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya : Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-

¹⁴ Wawancara yang saya lakukan dengan menggunakan snapgram di aplikasi whatsapp kemudian banyak yang berkomentar dan ya ringkas sedemikian rupa. Diakses tanggal 24 November 2018.

pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya. QS. Al-Isra' 26-27.¹⁵

Dari ayat tersebut Allah SWT sangat tidak menyukai hal-hal atau perilaku yang berlebihan. Karena perbuatan yang berlebihan adalah perbuatan syaitan dan Allah SWT sangat membenci kepada syaitan. Maka dari itu kecanduan *shopping* merupakan suatu perilaku yang menyimpang karena membeli sesuatu barang yang tidak sesuai kebutuhan dan dilakukan secara berkala.

Kecanduan *shopping* merupakan perilaku berbelanja yang berlebihan, repetitif, dan dapat merusak kehidupan seseorang itu sendiri bahkan dapat berdampak ke orang lain. dampak dari hal negatif tersebut memiliki konsekuensi buruk terhadap hubungan pertemanan, hubungan keluarga, dan hubungan orang terdekat. Pendekatan konseling realita mengajarkan kepada individu mengenai cara-cara yang baik dalam memenuhi kebutuhan. Individu dilatih untuk memenuhi kebutuhan pribadi tanpa harus merugikan orang lain dan harus dapat bertanggung jawab atas apa yang dilakukannya.¹⁶

Glasser dalam pendekatan konseling realita menyatakan bahwa seseorang harus memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sehari-hari dan melakukannya dengan cara tidak mengurangi kemampuan orang lain dalam

¹⁵ Lajnah Penafsiran Mushaf Alqur'an Departemen Agama RI, Mushaf Al-Azhar: Al-Qur'an dan Terjemah, (Bandung: Jaba, 2010), hal. 284.

¹⁶ Retno Lukitaningsih, *PENERAPAN KONSELING KELOMPOK REALITA UNTUK MENANGANI KECANDUAN GAME ONLINE PADA SISWA*, (Bimbingan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya, Volume 01 No. 01 Tahun 2013), hal. 235

memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka”.¹⁷ Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa belajar bertanggung jawab merupakan proses seumur hidup. Meskipun dengan cara berbelanja yang berlebihan membuat perasaan cemas dan stress bisa berkurang, akan tetapi sebaliknya, cara yang digunakan seperti menghabiskan uang dengan meminjam uang kepada teman terdekatnya memang membuat rasa cemas dan stress bisa berkurang. Hal tersebut tidak akan menyelesaikan masalah jika berulang-ulang dilakukan bahkan tanggung jawab dalam pemenuhan kebutuhan tersebut akan menjadi masalah lagi.

Adapun permasalahan yang terjadi mahasiswa perempuan semester 8 Jurusan Ekonomi Syariah yaitu mereka dituntut untuk berpenampilan sesuai dengan jurusan yang menjadi profesinya seperti pekerja kantor membuat sebagian dari mereka mengalami kecanduan *shopping*. Hasil dari wawancara yang telah dilakukan pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah bahwa melakukan kegiatan seperti membeli barang seperti pakaian, aksesoris, dan sepatu merupakan hal yang sudah menjadi kebiasaan karena untuk menunjang penampilan mereka agar terlihat lebih menarik. Mahasiswa tersebut melakukan kebiasaan berbelanja sampai 3 sampai 4 kali dalam satu bulan. Pada satu bulan tersebut mereka selalu mengeluarkan uang sampai dua ratus lima puluh ribu untuk berbelanja belum

¹⁷ Gerald Corey, *Teori dan Praktek KONSELING DAN PSIKOTERAPI*, (Bandung : PT Refika Aditama, 2013), hal. 268.

termasuk kebutuhan pokok seperti makan, minum dan keperluan kuliah sehari-hari.¹⁸

Menurut Glasser konseling realita mempunyai kebutuhan dasar manusia harus berdasarkan pada 3R yaitu perencanaan perilaku yang lebih bertanggung jawab (*Responsibility*), perilaku yang real (*Reality*), perilaku yang lebih baik (*Right*).¹⁹ Pendekatan realita yang digunakan peneliti menggunakan konseling kelompok. Konseling kelompok realita menekankan bahwa masing-masing orang memikul tanggung jawab untuk menerima konsekuensi-konsekuensi dari tingkah lakunya, termasuk pada mahasiswa perempuan Jurusan Ekonomi Syariah. Pola perilaku tersebut yang sudah melekat dan menjadikan sebuah kecanduan. Perlu adanya koreksi diri untuk mendapatkan pelajaran dan lebih bertanggung jawab terhadap perilaku negatif pada mahasiswa tersebut. Konseling kelompok realita merupakan bentuk hubungan pertolongan yang praktis, relatif sederhana dan bentuk bantuan yang dapat dilakukan secara langsung dalam bentuk kelompok. Kepada mahasiswa yang mengalami kecanduan *shopping*, konselor dapat mengembangkan dan membina kepribadian atau kesehatan mental anggota kelompok secara sukses, dengan cara memberi tanggung jawab kepada anggota kelompok yang menjadi pecandu *shopping* atau *shopaholic*.²⁰

¹⁸ Wawancara yang dilakukan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 8 pada tanggal 26 Juli 2019 jam 11.30 WIB.

¹⁹ Darminto.. *Teori-Teori Konseling*, (Surabaya : University Press, 2007), hal. 157

²⁰ Gerald Corey, *Teori dan Praktik Konseling dan Psikoterapi*, (Bandung : PT Eresco, 1997), hal. 269.

Konseling kelompok realita telah berhasil membantu seseorang menurunkan perilaku kecanduan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Radhesti Vitnalia dan Retno Lukitaningsih dengan judul “Penerapan Konseling Kelompok Realita Untuk Menangani Kecanduan *Game Online* Pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 2 Krian Tahun Ajaran 2012-2013” menunjukkan bahwa hasil pada skor angket yang didapat pada saat *Pre-test* dan *Post-test* menunjukkan adanya penurunan skor kecanduan *game online* pada siswa. Hasil penelitian diketahui konseling kelompok realita dapat mengurangi kecanduan *game online* pada siswa. Bukti penurunan pada kecanduan *game online* siswa dapat dilihat pada rencana perubahan perilaku mereka yang kebanyakan berhasil. Dapat dilihat hasil analisis statistik non parametrik dengan sign test maka diketahui $N = 7$ dan $x = 0$. Tabel harga p dalam tabel binomial menunjukkan bahwa untuk $N = 7$ diperoleh $p = 0,008$. Harga ini lebih kecil dari pada α dan berada pada daerah penolakan untuk α sebesar $5\% = 0,05$. Konseling kelompok realita dapat digunakan untuk membantu mengurangi kecanduan *game online* pada siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Krian tahun ajaran 2012-2013.²¹

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kecanduan shopping dengan memberikan konseling realita terhadap penderita kecanduan *shopping*. Penelitian ini dilakukan pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan mengambil judul penelitian yaitu **“Pengaruh**

²¹ Retno Lukitaningsih, *Penerapan Konseling Kelompok Realita Untuk Menangani Kecanduan Game Online Pada Siswa*, (Bimbingan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya, Volume 01 No. 01 Tahun 2013), hal. 236.

Konseling Kelompok Realita Efektif dalam Menurunkan Kecanduan *Shopping* pada Mahasiswa Perempuan Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung”.

B. Rumusan Masalah

Apakah pengaruh konseling kelompok realita efektif untuk menurunkan kecanduan *shopping* pada mahasiswa perempuan Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui hasil dari konseling kelompok realita berpengaruh efektif dalam menurunkan kecanduan *shopping* pada mahasiswa perempuan Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian berikut ini adalah:

1. Manfaat secara teori
 - a. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan dan wawasan kepada pembaca mengenai seberapa besar kecanduan *shopping* pada mahasiswa putri Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.
 - b. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi dan referensi bagi pembaca dan jurusan, yang kemudian juga dapat memberikan gambaran untuk dijadikan kajian teori dan bahan pertimbangan pada penelitian-penelitian selanjutnya agar lebih baik.

2. Manfaat secara praktis

a. Bagi Kampus IAIN Tulungagung

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi koleksi bacaan dan wawasan untuk meningkatkan pengetahuan.

b. Bagi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadikan bahan bacaan bahwa kecanduan *shopping* itu merupakan kegiatan pemborosan dan tidak ada gunanya.