

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Fitur Shopeepaylater, Media Sosial Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2018-2020)” ini ditulis oleh Nurul Ainiyah NIM 12406183011, Pembimbing: Dr. Deny Yudiantoro, S.AP., M.M.

Perilaku konsumtif pada zaman sekarang ini sangat erat kaitannya dengan konsumen pelajar atau remaja. Perilaku konsumtif muncul pada remaja dikarenakan perkembangan zaman media sosial dan banyaknya toko online yang bergabung dalam sebuah aplikasi belanja online.

Tujuan dalam penelitian ini adalah 1) Untuk menguji menguji apakah shopeepaylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tahun angkatan 2018-2020, 2) Untuk menguji apakah shopeepaylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tahun angkatan 2018-2020, 3) Untuk menguji apakah gaya hidup hedonis berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tahun angkatan 2018-2020, 4) Untuk menguji apakah shopeepaylater, media sosial dan gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tahun angkatan 2018-2020.

Populasi yang digunakan adalah mahasiswa/mahasiswi aktif Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2018-2020 yang berjumlah 1.716 mahasiswa. Sampling yang digunakan oleh penulis adalah teknik *purposive sampling* diperoleh 95 sampel mahasiswa. Pengumpulan data melalui kuesioner dan observasi. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilita, uji normalitas, uji multikoliniearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukan bahwa: (1) Fitur shopeepay later berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (2) Media sosial berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (3) Gaya Hidup Hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (4) Fitur shopeepay later, media sosial dan gaya hidup hedonis secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata Kunci: Fitur shopeepay later, media sosial, gaya hidup hedonis, perilaku konsumtif mahasiswa.

ABSTRACT

Thesis with the title "Influence Of Shopeepaylater Features, Social Media And Hedonic Lifestyle On Consumption Behavior Of Students (Case Study Of Islamic Financial Management Student UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Class Of 2018-2020)" was written by Nurul Ainiyah NIM 12406183011, Supervisor: Dr. Deny Yudiantoro, S.AP., M.M.

Consumptive behavior in this day and age is closely related to student or adolescent consumers. Consumptive behavior appears in adolescents due to the development of the age of social media and the number of online stores that join an online shopping application.

The aims of this study are 1) To test whether shopeepaylater has a significant effect on the consumptive behavior of Islamic Financial Management students at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung in the class of 2018-2020, 2) To test whether shopeepaylater has a significant effect on the consumptive behavior of Islamic Financial Management students UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung in the class of 2018-2020, 3) To test whether the hedonic lifestyle has a significant effect on the consumptive behavior of Sharia Financial Management students of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung in the class of 2018-2020, 4) To test whether shopeepaylater, social media and the hedonic lifestyle have an effect on the consumptive behavior of Islamic Financial Management students of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung in the 2018-2020 class.

The population used is active students of Islamic Financial Management UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Class of 2018-2020, totaling 1,716 students. Sampling used by the author is purposive sampling technique obtained by 95 student samples. Collecting data through questionnaires and observation. The data analysis technique used validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, and coefficient of determination (R^2) test.

The results showed that: (1) The shopeepay later feature had a significant positive effect on student consumptive behavior. (2) Social media has a negative and insignificant effect on the consumptive behavior of students. (3) Hedonic Lifestyle has a positive and significant effect on the consumptive behavior of students. (4) Shopeepay later features, social media and hedonic lifestyle together have a significant effect on student consumptive behavior.

Keywords: *Shopeepay later features, social media, hedonic lifestyle, student consumptive behavior.*