

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia dalam hidupnya sangatlah beragam baik itu kebutuhan primer ataupun sekunder. Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu, masyarakat secara keseluruhan pasti akan melakukan kegiatan konsumsi untuk memperoleh barang dan jasa dengan tujuan untuk mencapai tingkat kepuasan pribadi. Kegiatan konsumsi dapat dilakukan oleh siapapun yang memiliki uang atau alat tukar yang sah, konsumen akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan, Berbagai macam barang dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat sesuai dengan tujuan dan manfaatnya. Mulai dari barang pokok seperti makanan, baju, rumah, sampai dengan barang mewah seperti perhiasan dan mobil, di era modern ini konsumsi masyarakat tidak lagi dalam rangka memenuhi kebutuhan, melainkan konsumsi sebagai instrumen untuk mencapai kepuasan dan kesenangan yang disebut perilaku konsumtif.²

Perilaku konsumtif dapat diistilahkan sebagai kebiasaan melakukan konsumsi secara berlebihan tanpa adanya perhitungan.³ Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang lebih mengutamakan gaya hidup dan kepuasan semata daripada kebutuhan. Manusia cenderung memiliki sikap atau perilaku seperti itu baik karena suatu produk belum pernah digunakan, seseorang telah

² Arif Rahmat, dkk, "Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *Ekonomika Syariah: Journal Of Economic Studies*, Vol. 4, No. 1, 2020, Hlm. 40

³ Arya Fajar Putra Abadi, dkk, "Studi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi," *Jurnal Benefita*, Vol. 5, No. 2, 2020, Hlm. 265

menggunakan jenis produk yang sama dengan merek lain, tertarik pada diskon yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut.⁴ Perilaku konsumtif memiliki citra yang bermacam-macam, perilaku konsumtif adalah suatu tindakan memakai suatu produk secara belum tuntas atau belum habis tetapi sudah memakai produk lain dengan fungsi yang sama. Hal ini tentunya menghabiskan pengeluaran individu lebih banyak.⁵

Di era digital dan perkembangan teknologi yang sangat pesat ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berkomunikasi antar individu. Sehingga smartphone menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan untuk mengakses berbagai informasi diseluruh dunia melalui internet. Menurut laporan Digital 2024 Global Overview yang dirilis we are social hootsuite pengguna media sosial yang gemar melakukan belanja online melalui internet mencapai 59%, presentase ini merupakan yang tertinggi ke 9 di dunia, yang artinya pengguna internet di paling banyak menghabiskan uangnya untuk belanja melalui media sosial.⁶

Saat ini media sosial banyak diminati oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa, bahkan orang tua. Munculnya media sosial mengenalkan individu kepada dunia yang lebih luas seperti menyediakan informasi dan teknologi yang terus berkembang yang mampu

⁴ Naning Fatmawatie, "E Commerce dan Perilaku Konsumtif", (Kediri: IAIN Kediri Press, 2022), Hlm. 39

⁵ Rafidah, dkk, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa," *Jurnal Economina*, Vol. 1, No. 1, 2020, Hlm. 50

⁶ Techinasia, <https://id.techinasia.com/indonesia-hobi-belanja-online>, diakses pada 23 Oktober 2024

membentuk persepsi mereka untuk mengikuti segala bentuk perubahan yang terjadi, dan apabila mereka tidak mengikuti arus modernisasi maka mereka dinilai tidak siap terjun dan pasif dalam era globalisasi. Seperti yang dikemukakan Hana Nur, dkk media sosial menjadi kebutuhan primer yang tidak terbatas oleh waktu, ruang, usia bahkan pekerjaan. Menurut Utami, remaja saat ini lebih suka berbelanja menggunakan media sosial karena hanya dengan mengklik kemudian transfer maka barang yang dipesan akan diantar ke rumah.⁷ Hampir semua masyarakat Indonesia pasti memiliki akun media sosial. Adanya media sosial mampu membuat seseorang untuk berperilaku konsumtif berawal dari melihat postingan atau profil orang lain atau teman di media sosial yang dapat menimbulkan rasa iri dan mengejar kepuasan dalam diri mereka. Media sosial yang sering digunakan seperti facebook, Instagram, tiktok, whatsapp, twitter, line, dan sebagainya.

Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi tetapi juga dapat menjadi perantara untuk mendorong gaya hidup modern dan berperilaku konsumtif, seperti berkembang pesatnya industri fashion, industri kecantikan, dunia kuliner, dan maraknya iklan produk yang sangat mewah yang diupload di media sosial. Gaya hidup merupakan kebiasaan seseorang yang sesuai dengan perkembangan zaman atau tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain, yang berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh yang tidak hidup dalam masyarakat modern.

⁷ Charissa Fransisca dan Rezi Erdiansyah, "Media Sosial dan Perilaku Konsumtif," *Prologia*, Vol. 4, No. 2, 2020, Hlm. 436

Gaya hidup tidak benar-benar dibutuhkan seseorang, tetapi karena tidak mau kalah dengan yang lain sehingga mereka selalu mengikuti trend.⁸ maka dapat dikatakan bahwa gaya hidup merupakan sesuatu yang menjadi urusan pribadi seseorang.

Berbagai macam gaya hidup bisa dilihat dari cara berpakaian, kebiasaan, dan aspek lain. Gaya hidup dinilai relatif tergantung penilaian dari orang lain. Gaya hidup modern merupakan kebiasaan atau pola tingkah laku terbaru sehari-hari manusia yang sesuai dengan tuntutan zaman.⁹ Gaya hidup juga dapat dilihat dari cara seseorang dalam menggunakan uang dan membagi waktunya. Pengaruh gaya hidup modern bisa bersifat negatif atau positif, menyesuaikan bagaimana seseorang menerapkan dalam kehidupannya. Di zaman yang serba modern ini pengaruh negatif di rasa lebih besar terjadi di kalangan remaja. Gaya hidup mereka sering dijadikan sebagai ajang pameran terutama untuk konsumsi yang sifatnya bukan makanan. Mulai dari gaya penampilan seperti gaya pakaian, model sepatu terbaru, model tas terbaru, gaya aksesoris terbaru, pergi ke tempat nongkrong seperti cafe terbaru yang sedang hits serta barang elektronik seperti smartphone yang sedang populer padahal smartphone yang dimiliki masih bisa dipakai dan berfungsi dengan baik.¹⁰

⁸ Hasnidar Thamrin dan Adnan Achiruddin Saleh, "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa", *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, Vol. 11, No. 1, 2021, Hlm. 4

⁹ Darwis Lodowich Laana dan Urbanus Sukri, "Life Style: Perilaku Mahasiswa Masa Kini dan Pengaruh Media Sosial," *Inculco Journal of Christian Education*, Vol. 2, No. 1, 2022, Hlm. 69

¹⁰ Sri Dita Ayu Angraini dan Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti, "Pengaruh Media Sosial Instagram dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023," *Jurnal Economina*, Vol. 2, No. 8, 2023, Hlm. 35

Menurut Indy dalam Lilis Anjarwati menyatakan bahwa ada 2 faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal seperti budaya, keluarga, kelas sosial dan pengaruh lain. Sedangkan faktor internal seperti motivasi, kepribadian dan konsep diri, sikap, proses belajar.¹¹ Salah satu faktor yang diduga dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif adalah karena kurangnya literasi keuangan. Menurut Lina dan Rasyid dalam Zahra dan Astrie penyebab perilaku konsumtif ada tiga, yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.¹² Literasi keuangan memiliki peran penting dalam pengelolaan keuangan pribadi yang berkontribusi meningkatkan taraf kehidupan, tanpa memiliki kemampuan literasi keuangan seseorang akan cenderung melakukan pemborosan.¹³

Literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan seseorang mengenai keuangan dan cara mengelolanya dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan.¹⁴ Masalah keuangan tidak hanya disebabkan karena rendahnya tingkat pendapatan, namun bisa juga berasal dari kurangnya pengetahuan dalam mengelola keuangan. Seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang rendah akan sulit untuk meningkatkan

¹¹ Lilis Anjarwati, dkk, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Akuntansi Pada Sekolah Menengah Kejuruan di Kabupaten Gowa", *Pinisi: Journal Of Art, Humanity & Social Studies*, Vol. 3, No. 4, 2923, Hlm. 48

¹² Zahra Qurotaa'yun dan Astrie Krisnawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Bandung", *Journal Accounting and Finance*, Vol. 3, No. 1, 2019, Hlm. 47

¹³ Irdhiana Ilma Haq, dkk, "Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 9, No. 1, 2023, Hlm. 75

¹⁴ Rita Kusumadewi, " Literasi Keuangan Syariah di Kalangan Pondok Pesantren", (Cirebon: CV Elsi Pro, 2019), Hlm. 2

kualitas hidupnya karena saat ini kehidupan masyarakat tidak terlepas dari jasa keuangan.¹⁵ Berdasarkan data dari OJK 2024 tingkat literasi keuangan generasi Z termasuk rendah yaitu 44,04% atau lebih rendah 3,49% dari generasi milenial¹⁶. Oleh karena itu literasi keuangan sangat penting bagi masyarakat dengan penggunaan uang yang baik dan terencana dapat mencegah perilaku konsumtif, karena seseorang yang bijak dalam mengelola keuangan akan lebih berhati-hati untuk mengeluarkan uang dan lebih memprioritaskan kebutuhannya dari pada keinginan semata.

Saat ini seiring dengan berkembangnya zaman, perilaku konsumtif begitu marak dikalangan anak muda termasuk pada generasi Z. Generasi Z lahir di rentang tahun antara 1997 sampai 2012. Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah generasi milenial atau generasi Y dan sering disebut sebagai generasi internet atau iGeneration.¹⁷ Berbeda dengan generasi milenial dimana teknologi baru berkembang dan menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. BPS merilis hasil data sensus penduduk tahun 2020 jumlah penduduk generasi Z sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% , dapat dikatakan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia di dominasi oleh generasi Z.

¹⁵ Dewi Sintawati dkk., “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Jasa Pinjaman Online,” *JIESP: Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, Vol. 2, No. 1, 2023, Hlm. 88

¹⁶ <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/4-tips-mengelola-keuangan-yang-cocok-dengan-karakteristik-gen-z> , diakses pada 20 Oktober 2024

¹⁷ Lingga Sekar Arum, dkk, “Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030”, *Accounting Student Research Journal*, Vol. 2, No. 1, 2023, Hlm. 64

Jumlah populasi generasi Z di Kabupaten Blitar mencapai 267.622 jiwa, dari populasi penduduk pada tahun 2023 sebanyak 1.252 juta jiwa.¹⁸ Berikut data dari BPS jumlah generasi Z di Kabupaten Blitar:

Gambar 1. 1

Populasi generasi Z Kabupaten Blitar



Sumber: BPS Kabupaten Blitar dalam angka 2024

Data diatas menunjukkan kelompok generasi Z di Kabupaten Blitar, yang dapat dikatakan bahwa generasi Z di Kabupaten Blitar mencapai sekitar 21,38% dari populasi.

Kondisi perilaku konsumtif didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tentang pengeluaran rata-rata perkapita perbulan menurut kelompok komoditas non-makanan perbulan. Di kabupaten Blitar pengeluaran rata-rata perkapita perbulan menurut kelompok komoditas non-makanan perbulan tahun

¹⁸ Badan Pusat Statistik Kabupaten Blitar, dalam <https://blitarkab.bps.go.id/id/statistics-table/3/V1ZSbFRUY3ITbFpEYTNsVWNGcDZjek53YkhsNFFUMDkjMw==/penduduk--laju-pertumbuhan-penduduk--distribusi-persentase-penduduk--kepadatan-penduduk--rasio-jenis-kelamin-penduduk-menurut-kecamatan-di-kabupaten-blitar--2024.html?year=2023>, diakses pada 20 Juni 2025

2024 menunjukkan angka sebesar Rp. 543.668 rupiah, untuk Kabupaten Kediri menunjukkan angka sebesar Rp. 457.495 rupiah, untuk kabupaten Nganjuk menunjukkan angka sebesar Rp. 538.109 rupiah, untuk Kabupaten Tulungagung menunjukkan angka sebesar Rp. 516.154 rupiah, untuk Kabupaten Trenggalek menunjukkan angka sebesar Rp. 468.003.¹⁹ Dari kelima daerah di karisidenan Kediri, Kabupaten Blitar memiliki pengeluaran perkapita perbulan non makanan paling besar.

Permasalahan perilaku konsumtif generasi Z saat ini muncul sebagai akibat dari perkembangan teknologi yang sangat pesat, saat ini seluruh masyarakat dari berbagai usia telah memiliki smartphone pribadi. Penggunaan smartphone yang tidak bijak dapat menyebabkan perilaku konsumtif, adanya iklan dan promo yang lewat di beranda media sosial membuat mereka tergiur akan barang-barang bukan karena manfaatnya tapi untuk kesenangan pribadi. Hal ini diperkuat oleh penelitian Nicky Armayfa Asrun dan Ade Gunawan yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial telah menjadi fenomena global dalam membentuk perilaku konsumtif. Dengan konektivitas digital yang tinggi, akses internet yang luas, dan penggunaan smartphone yang terus meningkat dapat menyebabkan ketergantungan terhadap internet, khususnya di kalangan generasi Z.²⁰

¹⁹ Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur tahun 2024, dalam <https://jatim.bps.go.id/id/statistics-table/3/V1ZKMWVrSTNOek5ZZUZOcVZEZGFValJvV0hWalFUMDkjMw==/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-makanan-dan-bukan-makanan-di-daerah-perkotaan-dan-perdesaan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur--rupiah---2024.html?year=2024>, diakses pada 20 Juni 2025

²⁰ Nicky Armayfa Asrun dan Ade Gunawan, "Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening", *JMBK: Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, Vol. 5, No. 1, 2024, Hlm. 176

Gaya hidup modern adalah keinginan seseorang untuk selalau mengikuti trend yang ada dan tidak mau tertinggal yang pada akhirnya mereka tidak dapat mengontrol keuangan mereka. Hal ini diperkuat oleh penelitian Rafidah dkk yang menyatakan remaja saat ini cenderung mengikuti model populer, sehingga remaja sering merasa tidak puas dengan apa yang mereka miliki yang mendorong mereka untuk terus membeli barang atau jasa, tanpa mereka sadari perilaku konsumtif dapat terus mengakar dalam gaya hidup mereka.²¹

Pengetahuan tentang literasi keuangan diharapkan dapat mencegah pemborosan, namun banyak dari generasi Z saat ini tidak menerapkan literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari, hal ini diperkuat oleh penelitian Tiana Funky, dkk yang menemukan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa generasi Z saat ini masih rendah dan hal tersebut dapat memicu perilaku konsumtif. Oleh karena itu meningkatkan literasi keuangan sangat penting agar lebih bijak dalam mengelola keuangan dan terhindar dari perilaku konsumtif.²²

Berdasarkan pemaparan permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait fenomena perilaku konsumtif. Penelitian ini akan dilakukan pada generasi Z di Kabupaten Blitar dengan judul penelitian **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup Modern, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kabupaten Blitar”**.

²¹ Rafidah, dkk, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah.....”, Hlm. 50

²² Tiana Funky, dkk, “Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/i Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019), *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 1, No. 1, 2021, Hlm. 96

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Di era modern yang serba canggih saat ini lebih memudahkan masyarakat untuk mengakses berbagai macam informasi produk yang ditawarkan melalui media sosial, tanpa disadari mereka menumbuhkan perilaku konsumsi yang berlebihan.
2. Kebutuhan gaya hidup yang didukung melalui media sosial. Mereka lebih suka membeli produk yang bermerk dan mengikuti trend saat ini.
3. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang boros dibandingkan dengan generasi milenial. Mereka cenderung menghabiskan uangnya, dan tidak memikirkan efek jangka panjang atas perilaku konsumtif tersebut.

Keterbatasan penelitian ada pada cakupan sampel, karena keterbatasan waktu dan sumber daya, sehingga tidak dapat mencakup seluruh generasi. Responden dari penelitian ini hanya berlaku untuk generasi Z di Kabupaten Blitar tidak bisa untuk wilayah lain.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Blitar?
2. Apakah gaya hidup Modern berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Blitar?

3. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Blitar?
4. Apakah penggunaan media sosial, gaya hidup modern, dan literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Blitar
2. Untuk menguji pengaruh gaya hidup modern terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Blitar
3. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Blitar
4. Untuk menguji pengaruh penggunaan media sosial, gaya hidup modern, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan memperkaya literatur mengenai media sosial, gaya hidup modern, literasi

keuangan, dan perilaku konsumtif, khususnya untuk kalangan generasi Z di Kabupaten Blitar, dan dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang menggunakan topik serupa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan orang-orang sekitar yang bersangkutan, dan dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti agar dapat menerapkan pengetahuan terhadap masalah yang di hadapi secara nyata.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini variabel yang akan diteliti adalah variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel bebas meliputi media sosial (X1), gaya hidup modern (X2), dan literasi keuangan (X3), dan variabel terikat yaitu perilaku konsumtif (Y). Penelitian ini berfokus pada generasi Z yang lahir antara tahun 1997 sampai tahun 2012, generasi yang paling mudah terpengaruh oleh media sosial dan perkembangan teknologi digital. Lokasi wilayah penelitian dilakukan di Kabupaten Blitar

G. Penegasan Variabel

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual yaitu penjelasan yang bersifat teoritis mengenai variabel yang diteliti berdasarkan teori yang relevan.

a. Media sosial

Media sosial menurut KBBI adalah platform atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isu atau terlibat

dalam jaringan sosial.²³ Aplikasi yang sering digunakan media sosial diantaranya instagram, youtube, whatsApp, dan sebagainya

b. Gaya hidup modern

Gaya hidup modern merupakan kebiasaan atau pola tingkah laku sehari-hari manusia yang sesuai dengan tuntutan zaman.²⁴

c. Literasi keuangan

Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat.²⁵

d. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu sikap berlebih-lebihan dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan dan hanya memprioritaskan keinginan.²⁶

2. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu menggambarkan atau mendeskripsikan variabel penelitian dengan jelas dan rinci, sehingga variabel menjadi spesifik, dan terukur.²⁷

²³ Rani, “Peningkatan Penggunaan Media Sosial Mempengaruhi Kesehatan Mental Remaja Selama Pandemi COVID-19”, dalam <https://psychology.binus.ac.id/2022/11/29/peningkatan-penggunaan-media-sosial-mempengaruhi-kesehatan-mental-remaja-selama-pandemi-covid-19/>, diakses pada 4 Oktober 2024

²⁴ Darwis Lodowich Laana dan Urbanus Sukri, “Life Style.....”, Hlm. 69

²⁵ OJK, <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>, diakses pada 4 Oktober 2024

²⁶ Naning Fatmawatie, “E Commerce dan Perilaku.....”, Hlm. 40

²⁷ Dodiet Aditya Setyawan, “Hipotesis dan Variabel Penelitian”, (Klaten: CV Tahta Media Group, 2021), Hlm.59

a. Media sosial

Media sosial dapat diukur dengan beberapa indikator, diantaranya: adanya konten menarik, adanya interaksi penjual dan pembeli juga antara konsumen dengan konsumen lainnya, informasi yang jelas, kemudahan, dan adanya kepercayaan.

b. Gaya hidup modern

Gaya hidup di zaman modern ini dapat diukur dengan beberapa indikator, diantaranya: kegiatan, minat, dan pendapat atau opini.

c. Literasi keuangan syariah

Literasi keuangan syariah dapat diukur dengan beberapa indikator, diantaranya: pengetahuan, kemampuan, sikap, dan kepercayaan

d. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diukur dengan beberapa indikator, diantaranya: membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasan yang menarik, membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk berdasarkan pertimbangan harga, membeli produk sebagai simbol dan status, membeli produk karena iklan, dan membeli produk serupa dengan merek yang berbeda.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Bab I pendahuluan, terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f)

ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan istilah, (h) sistematika skripsi.

Bab II landasan teori, terdiri dari: (a) teori yang membahas variabel/sub variabel pertama, (b) teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, (c) dan seterusnya, (d) kajian penelitian terdahulu, (e) kerangka konseptual, dan (f) hipotesis penelitian.

Bab III metode penelitian, terdiri dari: (a) berisi pendekatan dan jenis penelitian; (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

Bab IV hasil penelitian, terdiri dari: (a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta (b) temuan penelitian.

Bab V pembahasan hasil penelitian

Bab VI penutup, terdiri dari: (a) kesimpulan dan (b) saran

Bagian akhir, terdiri dari: (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d) daftar riwayat hidup.