

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman membuat seseorang melakukan konsumsi barang dan jasa bukan karena dasar kebutuhan namun karena untuk mencapai kepuasan diri, sehingga menyebabkan seseorang boros atau yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme. Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang atau gaya hidup mewah yang tidak mempertimbangkan efek-efek dari perilaku tersebut, Lubis dalam bukunya mengatakan perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif juga menggambarkan adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat keinginan kesenangan semata-mata.¹

Triyaningsih mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku memberi dan menggunakan barang dengan tidak mempertimbangkan secara rasional dan cenderung untuk mengonsumsi sesuatu tanpa batas,

¹Cecilia Octaviannd Sandi Kartasasmita, *'Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal'*, Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni, 1.2 (2017), 126-33.

dimana individu sebagai konsumen lebih banyak mendahulukan faktor keinginan dibandingkan dengan kebutuhannya.²

Dalam agama Islam, telah diberikan arahan dan petunjuk kepada umatnya untuk menjalani kegiatan sehari-hari. Islam menyuruh umatnya untuk berperilaku secara syariah begitupun dalam hal ekonomi. Dalam Islam umatnya telah diajarkan bagaimana caranya berkonsumsi dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan dan manfaat dari barang yang dikonsumsi bukan hanya dari keinginannya semata. Hal tersebut bertujuan untuk mencapai maslahat sehingga dapat dikatakan maslahat apabila terdapat pencapaian kepuasan tersendiri dan dapat dirasakan oleh masyarakat. Seseorang akan lebih menyukai hal-hal baru yang dianggap menantang bagi dirinya, hal tersebut dikarenakan pemuda selalu berupaya untuk menemukan identitas dan mencapai kemandiriannya. Timbulnya beberapa perubahan yang kemungkinan dialami oleh pemuda baik itu sikap, fisik, perilaku, serta emosinya. Dan salah satunya adalah perubahan perilaku yang cenderung konsumtif.³

² Siti Laelatul Marwiyah, Ainulyaqin, and Sarwo Edy, 'Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam', Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9.3 (2023), 4279-50.

³ Cut Trisnawat Agustina Trisnawati, *Pengaruh Hedonisme, Literasi Keuangan Dan Religiositas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam*

Menjamurnya pembangunan pusat perbelanjaan apalagi setingkat mall atau plaza di kota-kota besar menunjukkan tingginya budaya konsumtif di kalangan masyarakat. Lebih-lebih seiring berjalannya waktu, fungsi mall telah mengalami pergeseran yang awalnya sekedar tempat berbelanja kini pihak pusat perbelanjaan mulai melebarkan sayap dengan menambah ini usaha yang ditujukan sebagai tempat hiburan, seperti *food court*, bioskop dan lain sebagainya. Hal semacam ini tentu mengakibatkan timbulnya perilaku konsumtif bagi remaja tak terkecuali di kalangan pesantren. Sebagaimana bahwa kelompok masyarakat yang cenderung bersikap konsumtif adalah remaja, karena remaja menganggap bahwa penampilan dan gaya hidup mewah memiliki status lebih tinggi dalam kelompok. Remaja berada dalam masa transisi sehingga emosinya sangat labil, oleh karena itu remaja sangat mudah di pengaruhi oleh lingkungan pergaulannya.⁴

Seseorang dapat berperilaku konsumtif dipengaruhi oleh gaya hidup yang menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan

Perspektif Ekonomi Islam (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021), h. 1.

⁴ Rohana, ‘*Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Religiositas Terhadap Perilaku Konsumtif* (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek R2), (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), h. 1.

lingkungannya. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatannya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya Gaya hidup dibentuk melalui interaksi sosial. Gaya hidup adalah cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya yang meliputi aktivitas, minat, sikap, konsumsi dan harapan.

Gaya hidup mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal serta bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup merupakan gambaran tingkah laku dan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seorang dalam berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup yang hanya mementingkan keinginan semata membuat masyarakat berperilaku konsumtif. Dengan adanya perubahan gaya hidup yang terjadi pada seseorang seperti seringnya berbelanja online secara terus-menerus. Terutama masyarakat sering berbelanja online melalui media sosial.⁵

Penggunaan media sosial tidak hanya menjadi fenomena yang meluas tetapi juga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku konsumen. Dalam

⁵ Windy Arini, '*Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Medan Marelan (Kota Medan)*' (Skripsi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2021), h. 6.

era digital yang terkoneksi dengan sangat erat, akses internet yang meluas dan penggunaan ponsel pintar secara intensif telah mengakibatkan ketergantungan yang semakin meningkat terhadap internet, terutama di kalangan generasi Z.

Firamadhina & Krisnani menyoroti dampak besar yang ditimbulkan oleh internet ini, di mana generasi muda melakukan pembelian dan membangun hubungan sosial mereka melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok.⁶ Penelitian ini menegaskan bahwa perilaku konsumen masa kini sangat dipengaruhi oleh interaksi yang terjadi di dunia maya, di mana keputusan pembelian seringkali dipengaruhi oleh tren dan informasi yang mereka dapatkan melalui media sosial.

Selain itu, dampak aktifnya remaja dalam menggunakan media sosial terhadap keputusan pembelian mereka. Penggunaan media sosial yang sering dan intensif oleh remaja seringkali diabaikan dalam mempertimbangkan dampak negatifnya terhadap hubungan sosial mereka serta jumlah waktu untuk berinteraksi di dunia nyata. Terutama, remaja memanfaatkan kemajuan teknologi, terutama melalui

⁶ Fadhliha Izzati Rinanda Firamadhina and Hetty Krisnani, 'Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme', *Share : Social Work Journal*, 10.2 (2021), 199-50.

platform media sosial, yang sebenarnya memiliki dampak merugikan yang cukup besar terhadap kehidupan mereka secara keseluruhan.⁷

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti Sebagian besar generasi Z di Kecamatan Kedurang dalam pembelian barang tidak berdasarkan pada kebutuhan tertentu melainkan hanya gaya hidup dan keinginan sehingga berakibat kurang baik bagi keperluan hidupnya, tindakan tersebut apabila dilakukan terus menerus dan tidak adanya kontrol pada diri individu tersebut sudah pasti akan merugikan terutama pada yang sudah berkeluarga. Apalagi pada akun sosial media seperti tiktok begitu banyak produk-produk terbaru membuat generasi Z berkeinginan membelinya tanpa melihat manfaat yang diberikan pada hidupnya.⁸

Peneliti membua data mengenai frekuensi belanja online, jenis barang yang dibeli, rata-rata pengeluaran bulanan. Data ini memberikan gmbaran mengenai kecendrungan konsumsi generasi Z yang lebih sering di pengaruhi oleh gaya hidup dan media sosial.

⁷ Nicky Armayfa Asrun and Ade Gunawan, *'Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Medan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Media Intervening'*, Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan, 5.1 (2024), 173–86.

⁸ 'Hasil Observasi Awal Penelitian Di Kecamata Kedurang'.15.01.2025

Tabel 1.1

Data Pengeluaran dan Pembelian Generasi Z

Frekuensi belanja	Jenis barang dibeli	Rata-rata pengeluaran bulanan
3-5 Kali/minggu	Fashion (baju, aksesoris)	<Rp. 300.000
Setiap hari	Makanan/minuman	Rp. 300.000-500.000
1-2 kali/minggu	Gadge/Aksesoris hp	< Rp. 500.000
Jarang (≤ 1 kali/bulan)	Kosmetik/perawatan	< Rp. 800.000

Sumber: Generasi Z di Kecamatan Kedurang

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa generasi Z di kecamatan Kedurang cenderung melakukan belanja dengan frekuensi yang cukup tinggi, terutama pada kategori fashion dan makanan/minuman. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tren dan media sosial sangat kuat dalam membentuk perilaku konsumtif mereka. Sementara itu, pengeluaran terbesar terlihat pada kategori gadget serta kosmetik/perawatan diri meskipun frekuensi pembeliannya lebih jarang, hal ini menegaskan bahwa sebagian Gen Z berbelanja bukan hanya karena

kebutuhan, tetapi juga sebagai bentuk aktualisasi diri dan gaya hidup.

Fenomena gaya hidup konsumtif ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga mulai merambah ke daerah pedesaan, termasuk di Kecamatan Kedurang, Kabupaten Bengkulu Selatan. Meskipun secara geografis Kecamatan Kedurang berada dalam lingkungan pedesaan dengan nilai-nilai sosial budaya yang masih kental, perkembangan teknologi komunikasi dan meluasnya jaringan internet telah membuat generasi mudanya tidak terlepas dari pengaruh arus globalisasi. Generasi Z di Kedurang kini memiliki akses yang cukup mudah terhadap media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Akses tersebut mendorong mereka untuk terus mengikuti tren fashion, kuliner, gaya hidup modern, hingga penggunaan gawai terbaru, meskipun kondisi ekonomi keluarga tidak selalu mendukung. Kondisi tersebut menimbulkan pergeseran nilai sosial dalam kehidupan generasi muda di Kedurang. Tradisi hidup sederhana yang umumnya melekat pada masyarakat pedesaan secara perlahan mulai terpengaruh oleh gaya hidup konsumtif yang ditampilkan di media sosial. Fenomena ini tampak dari kebiasaan remaja membeli pakaian bermerek, mengonsumsi makanan cepat saji, hingga berusaha menampilkan gaya hidup yang modern

demis mengikuti tren teman sebaya maupun figur publik. Pola konsumsi seperti ini, apabila tidak diarahkan dengan baik, berpotensi menimbulkan masalah ekonomi bagi individu maupun keluarga, serta dapat melemahkan nilai-nilai kearifan lokal yang selama ini menjadi ciri khas masyarakat pedesaan.

Di sisi lain, tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial juga menghadirkan dampak positif, seperti membuka peluang usaha digital, memperluas jaringan sosial, serta menjadi sarana untuk menyalurkan kreativitas generasi muda. Namun, jika penggunaannya lebih dominan pada aspek hiburan dan konsumsi, maka dampak negatif lebih besar yang akan muncul. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Kedurang, sehingga dapat diperoleh gambaran nyata mengenai dinamika sosial generasi muda di wilayah ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul

“PENGARUH GAYA HIDUP DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z DI KECAMATAN KEDURANG KABUPATEN BENGKULU SELATAN”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah gaya hidup dan media sosial secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan ?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan?
3. Apakah media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gaya hidup dan media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan
3. Untuk mengetahui media sosial terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi teoritis yang signifikan dalam memahami perilaku konsumtif Generasi Z di Kecamatan Kedurang. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan teori-teori perilaku konsumtif yang lebih komprehensif, menguji dan memvalidasi model-model teoritis yang ada, serta memberikan masukan bagi pengembangan program pendidikan keuangan, kebijakan publik, dan model intervensi yang lebih efektif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi teori dalam pelaksanaan penelitian-penelitian berikutnya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat memberikan masukan informasi mengenai gaya hidup dan media sosial kepada pemuda khususnya generasi Z berkaitan dengan perilaku konsumtif dan diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi.

E. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi milik Rostika yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, Religiositas, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Walisongo Tahun Angkatan

2019)”. Yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam variabel gaya hidup, religiositas, dan kontrol diri terdapat pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee tahun angkatan 2019 di UIN Walisongo Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan untuk variabel religiositas dan variabel kontrol diri memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama- sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama membahas tentang konsumtif. Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yaitu selain dari lokasi dan objek penelitian yaitu peneliti terdahulu membahas tentang variabel mediasi penggunaan shopee.⁹

2. Skripsi milik Ahmad Abdul Rosyad yang berjudul “Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Religiositas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan kuantitatif. 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri

⁹ Rostika, *‘Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee’* (Skripsi : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2023).

Walisongo Semarang)”, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari gaya hidup, literasi keuangan dan religiositas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo"Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan bersamaan dengan religiositas berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa angkatan 2017/2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo"Semarang. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama membahas gaya hidup. Adapun perbedaan peneliti terdahulu dengan peneliti ini adalah lokasi penelitiannya.¹⁰

3. Skripsi milik Fitri Oktafia yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada

¹⁰ Ahmad Abdul Rosyad, *‘Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Religiositas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2017-2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo)’*, (Skripsi : Universitas Islam Negeri Walisongo, 2021), h. 45.

Gen Z Di Bandar Lampung). Yang bertujuan untuk mengetahui apakah gaya hidup berbasis digital berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee, untuk mengetahui apakah perilaku konsumtif berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee, dan untuk mengetahui apakah gaya hidup berbasis digital dan perilaku konsumtif secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee dalam perspektif ekonomi Islam. Metode yang digunakan penelitian ini metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup dan perilaku konsumtif secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee. Dalam perspektif ekonomi Islam mengajarkan konsumsi bagian dari kegiatan ekonomi, namun tidak konsumtif. Kesejahteraan duniawi tidak bisa diukur dengan kemewahan, namun kesejahteraan duniawi diukur dengan tercapainya masalah.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan topik utama yang sama serta populasi yang sama. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan

penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitiannya dan penelitian terdahulu memasukkan perspektif ekonomi Islam sedangkan penelitian tidak memasukkan perspektif ekonomi Islam.¹¹

4. Jurnal milik Nicky Armayfa Asrun yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening. Yang bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pilihan gaya hidup dan keterlibatan media sosial membentuk perilaku konsumen, serta mempertimbangkan peran literasi keuangan dalam memoderasi dampak ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, penggunaan media sosial, dan tingkat literasi keuangan di kalangan generasi Z di Medan berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian mereka. Selain itu, literasi keuangan berfungsi sebagai mediator, mengurangi dampak media sosial dan faktor gaya hidup terhadap perilaku konsumen.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel independen, variabel dependen

¹¹ Fitri Oktavia, *'Pengaruh Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Gen Z Di Bandar Lampung)'*, (Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2023), 23–62.

dan populasi yang diteliti dan juga sama-sama menggunakan metode kuantitatif.

Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian dan penggunaan variabel intervening.¹²

5. Jurnal milik Febriana Hidayanti, , Naelati Tubastuvi, Wida Purwidiyanti, dan Hermin Endratno yang berjudul “*The Influence Of Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, And Peer Conformity On Student’s Consumptive Behavior*”. Yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, kontrol diri, dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, 2) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, 3) kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, 4) konformitas teman sebaya berpengaruh

¹² Asrun and Gunawan , *Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening*: jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan, 5.1 (2024),173-186.

positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama membahas tentang perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini yaitu lokasi serta subjek dan objeknya.¹³

6. Jurnal milik Kartika Candra Kirana Hadi, Romi Adetio Setiawan, Herlina Yustati, yang berjudul “ Korelasi Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Syariah”. Yang bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa serta menganalisis pandangan Islam terkait perilaku konsumtif ini. Hedonisme, sebagai salah satu gaya hidup, menarik minat remaja karena menawarkan gaya hidup yang mewah, nyaman, dan berlimpah tanpa memerlukan upaya keras. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menggambarkan adanya korelasi positif antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif, ditunjukkan oleh koefisien positif

¹³ Febriana Hidayanti and others, *'The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, and Peer Conformity on Student'S Consumptive Behavior'*, International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), 7.1 (2023), 1–14.

dalam analisis. Semakin dominan gaya hidup hedonis yang dijalani, semakin meningkat pula perilaku konsumtif. Sebagian besar anggota komunitas mahasiswa cenderung terpengaruh oleh gaya hidup hedonis yang menitikberatkan pada kenikmatan bukan pada kebutuhan esensial, yang berimplikasi pada perilaku konsumtif. Kegiatan, minat, dan pandangan mayoritas mahasiswa tidak selaras sepenuhnya dengan prinsip ekonomi Islam yang menegaskan kebutuhan haruslah rasional dan sesuai dengan syariat-syariat Islam yang terkandung dalam firman Allah SWT dalam surat Al-A'raf ayat 31. Hal ini menandakan bahwa orientasi kebutuhan yang didorong oleh gaya hidup hedonis tidak selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan kebutuhan yang sesuai dengan nilai-nilai positif dalam syariat Islam.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif, sama-sama menggunakan variabel yang sama, yaitu gaya hidup, media sosial, dan perilaku konsumtif, dan sama-sama bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z.

Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu berfokus pada

pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, sedangkan penelitian ini kedua berfokus pada pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kecamatan Kedurang, Kabupaten Bengkulu Selatan, penelitian terdahulu menggunakan mahasiswa sebagai populasi penelitian, sedangkan penelitian ini menggunakan generasi Z di Kecamatan Kedurang, Kabupaten Bengkulu Selatan sebagai populasi penelitian, dan penelitian terdahulu menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif dari perspektif ekonomi Islam, sedangkan penelitian ini secara spesifik membahas perspektif ekonomi Islam.¹⁴

7. Jurnal milik Nabilla Dara Kartika, Romi Adetio Setiawan, Padlim Hanif yang berjudul ‘Gaya Hidup Masyarakat Dan Minat Beli Pakaian Bekas (THRIFT) Dalam Perspektif Ekonomi Islam’. Yang bertujuan untuk memahami bagaimana gaya hidup dan minat beli berkontribusi terhadap perilaku *thrifting* yang ada dalam komunitas, serta untuk menganalisis pandangan ekonomi Islam terhadap gaya hidup dan minat beli masyarakat dalam memanfaatkan pakaian bekas

¹⁴ Kartika Candra Kirana Hadi, Romi Adetio Setiawan, Herlina Yustati, ‘Korelasi Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Syariah’ : Jurnal of Economics and Business, 8.2 (2024), 1220–25.

(thrift). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup memainkan peran krusial dalam minat beli terhadap pakaian bekas. Gaya hidup masyarakat memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat beli terhadap pakaian bekas. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi minat beli tersebut meliputi pertimbangan harga yang lebih terjangkau, kualitas produk yang masih dapat diandalkan, tren mode yang berkaitan, pengaruh sosial dari komunitas *thrifting*, dan pengalaman positif dalam pembelian pakaian bekas. Selain itu, pandangan ekonomi Islam juga dapat memberikan panduan dan perspektif tambahan dalam pemahaman terhadap fenomena ini.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama membahas gaya hidup.

Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian terdahulu berfokus pada analisis pengaruh gaya hidup dan minat beli terhadap perilaku *thrifting* di Pasar Panorama Kota Bengkulu, sementara penelitian ini berfokus pada pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap

perilaku konsumtif pada generasi Z di Kecamatan Kedurang Kabupaten Bengkulu Selatan, penelitian terdahulu menganalisis data dengan fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli terhadap pakaian bekas, sementara penelitian ini menganalisis data dengan fokus pada pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif.¹⁵

8. Jurnal milik Alen Tri Wahyuni, Asnaini, dan Romi Adetio Setiawan, yang berjudul Pengaruh Perspektif Generasi Z Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. Yang bertujuan untuk memberikan pandangan yang berbeda dari hasil data milik KSEI pada tahun 2022 mengenai jumlah Investor yang didominasi Generasi Z di Pasar Modal Syariah dengan Generasi Z di FEBI UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini diuji dengan SPSS 25 dan memiliki nilai signifikansi $0,109 > 0,05$. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hipotesis H_0 diterima, yaitu Keputusan Investasi di Pasar Modal Syariah tidak dipengaruhi oleh Perspektif Generasi Z. Hasil penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa hanya 7

¹⁵Nabilla Dara Kartika, Romi Adetio Setiawan, Padlim Hanif, 'Gaya Hidup Masyarakat dan Minat Beli Pakaian Bekas (THRIFT) Dalam Perspektif Ekonomi Islam', Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah, 16.2 (2024), 119–30.

dari 50 responden (14%) yang sudah memiliki rekening saham. Responden yang sudah memiliki rekening saham mengaku belum sepenuhnya memahami sistem investasi atau mengapa mereka membuka rekening saham hanya untuk menyelesaikan tugas kuliah semester lalu. Di sisi lain, 43 (86%) responden lainnya menyatakan tidak tertarik untuk berinvestasi di pasar modal syariah, responden lainnya menyatakan tidak tertarik untuk berinvestasi di pasar modal syariah, selain dari perspektif mereka yang belum terbuka untuk berinvestasi di pasar modal syariah, mereka juga belum paham dengan sistem investasi, ditambah dengan minimnya pembelajaran untuk mendorong minat mereka berinvestasi di pasar modal syariah.

Persamaan sari penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif.

Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu berfokus pada pengaruh perspektif Generasi Z terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Sedangkan penelitian ini berfokus pada pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pada

Generasi Z di Kecamatan Kedurang, Kabupaten Bengkulu Selatan.¹⁶

F. Sistematik Penulisan

Sistematika pembahasan digunakan agar penelitian lebih teratur dan terarah serta memudahkan pembaca. Berikut sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

BAB I Pendahuluan Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teori dan Kerangka Berpikir, yang terdiri dari kajian teori yang sesuai dengan variabel, kerangka berpikir, dan hipotesis yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

BAB III Metode Penelitian Pada bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Pada bab ini dipaparkan mengenai gambaran umum pada objek penelitian, kemudian memaparkan tentang deskripsi dari responden, kemudian hasil dari penelitian atau temuan

¹⁶ Romi Adetio Setiawan Alen Tri Wahyuni, *Asnaini*, 'Pengaruh Perspektif Generasi Z Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah', Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, 6.02 (2023), 111–27.

penelitian, serta memaparkan pembahasan yang menjelaskan bahasan dari hasil penelitian

BAB V Penutup, Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya serta dilanjutkan dengan saran-saran perbaikan untuk penelitian selanjutnya.

