

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern saat ini, perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan mahasiswa, sangat terasa. Hal ini terlihat jelas di berbagai kota besar, termasuk di Bengkulu. Dampak globalisasi yang merubah gaya hidup,¹ ditambah dengan kemajuan teknologi dan kehadiran media sosial, mendorong berkembangnya pusat perbelanjaan daring yang mempermudah akses mahasiswa terhadap berbagai barang dan layanan. Kondisi ini memicu meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mereka. Namun, perilaku tersebut dapat diminimalisir melalui penerapan literasi keuangan syariah.² Dengan pemahaman yang baik tentang literasi keuangan syariah, seseorang dapat lebih terampil dalam mengelola anggaran, disiplin terhadap rencana keuangan, menabung, mengambil keputusan investasi secara bijak, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan.³

Perilaku konsumtif merupakan suatu perbuatan mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan diluar batas kebutuhan. Perilaku konsumtif dilarang dalam islam karena perilaku berlebihan tidak

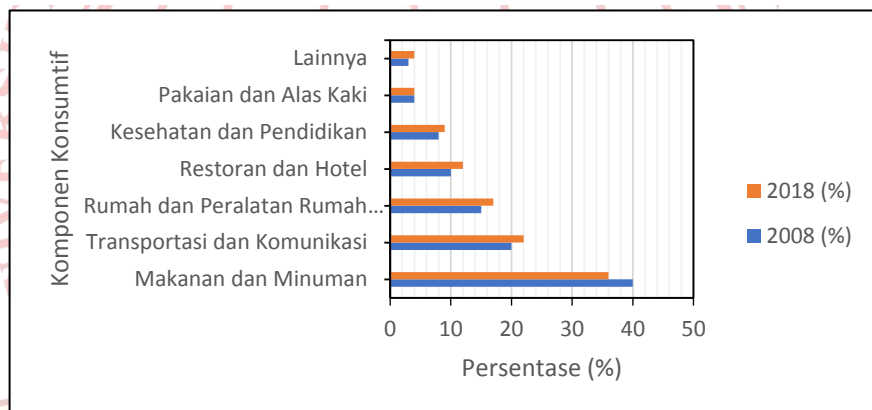
¹ Febriana Hidayanti et al., “*The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, and Peer Conformity on Student’s Consumptive Behavior*,” *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 7.1 (2023). (h.1–14)

² Dewi Wulandari, R. Taufiq Nur Muftiyanto, and Agus Suyatno, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta,” *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 2.3 (2024). (h.230–39)

³ Ahmad Bachtiar Firdaus and Luthfiya Fathi Pusposari, “*The Influence of Economic Literacy and Lifestyle on the Consumptive Behavior of Students*,” *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)* 8.2 (2022). (h.172–82)

disukai Allah SWT sebagaimana dijelaskan dalam Al-Quran. Perilaku konsumtif pada mahasiswa telah menjadi suatu hal yang lumrah.⁴ Mahasiswa cenderung mengikuti trend, dan melakukan pembelian impulsif karna adanya diskon yang mana buka merupakan kebutuhan.⁵ Prilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa menurut beberapa penelitian disebabkan oleh beberapa faktor yaitu literasi keuangan syariah, gaya hidup dan media sosial.⁶ Data perilaku konsumtif mahasiswa dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.

Gambar 1. 1 Persentase Perilaku Konsumtif Berdasarkan Komponen Tahun 2008 dan 2018



Sumber: Survei Kementerian Perencanaan dan Pembangunan Nasional (Bappenas) 2018

⁴ Salera, J. P., Bautista, J. A., Ahiakwo, K., and Regodon, E. L. “The Impact of Social Media on Student Consumer Behavior,” *International Scholars Conference (ISC)*, (2024). (h.11–14)

⁵ Irma Yunita, Fauzi Arif Lubis, and Nuri Aslami, “Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara),” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)* 3.2 (2023). (h.332-341)

⁶ Ihsanul Johanto, Muhammad Reza, and Pahlevi Anwar, “The Effect of Hedonic Lifestyle on The Consumption Behavior of Accounting Students At Universitas Negeri Surabaya,” *Neraca Manajemen Ekonomi* 9.4 (2024). (h.18–19)

Data pada Gambar 1.1 menampilkan perbandingan perilaku konsumtif masyarakat pada tahun 2008 dan 2018 berdasarkan berbagai kategori pengeluaran. Dari grafik, terlihat bahwa makanan dan minuman tetap menjadi komponen konsumsi terbesar di kedua tahun tersebut, meskipun mengalami sedikit penurunan pada tahun 2018. Di sisi lain, pengeluaran untuk transportasi dan komunikasi mengalami peningkatan yang cukup mencolok. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh berkembangnya teknologi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan alat komunikasi serta mobilitas. Selain itu, belanja untuk rumah dan peralatan rumah tangga juga meningkat, menunjukkan bahwa masyarakat semakin memperhatikan kenyamanan tempat tinggal mereka. Sektor lain seperti restoran dan hotel, kesehatan dan pendidikan, serta pakaian dan alas kaki juga mengalami kenaikan, yang bisa mencerminkan perubahan gaya hidup dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat.

Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan keuangan yang dihasilkan dari pengetahuan, pemahaman, dan penilaian informasi yang mungkin mempengaruhi sikap seseorang untuk mengambil keputusan yang bijak dan efektif sesuai syariah.⁷ Literasi keuangan merupakan rangkaian proses untuk meningkatkan pengetahuan, dan keterampilan individu tau masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangannya dengan baik. Literasi keuangan yang baik memungkinkan konsumen untuk

⁷ Siti Azsahrah, Jumawan, and Asriany, "The Effect of Financial Literacy and Online Shopping on Student Consumptive Behavior," *Jurnal Economic Resources* 6.1 (2023). (h.1–7)

memilih barang, mengelola keuangan dengan baik, serta merencanakan masa depan, dan konsumen yang memiliki pemahaman tentang literasi keuangan akan lebih cerdas dalam memilih dan menyikapi barang atau jasa yang dikonsumsi.⁸ Namun, indeks literasi dan inklusi keuangan syariah di Indonesia masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari data yang dirilis oleh

Gambar 1. 2 Literasi dan Inklusi Keuangan di Indonesia



Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berikut.

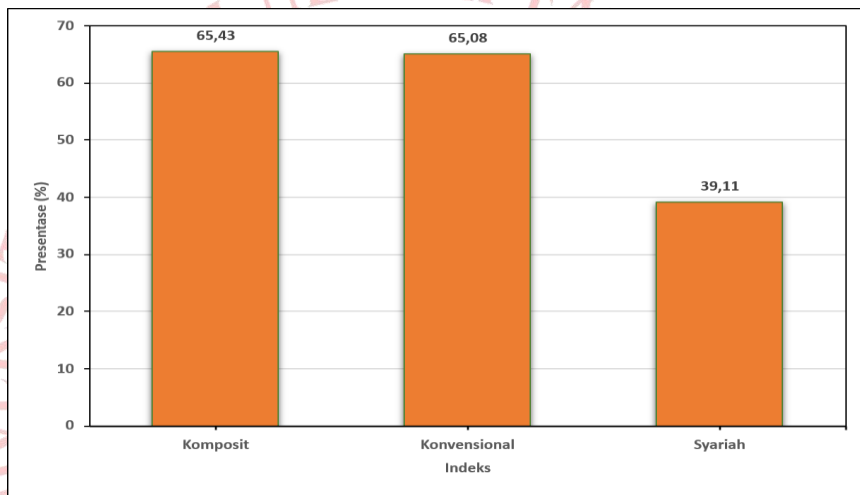
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2023

Data pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa tingkat Literasi Keuangan Syariah penduduk Indonesia masih di bawah 10%, yaitu sebesar 8,93% pada tahun 2019 dan 9,14% pada tahun 2022. Di sisi lain, jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 86,7%. Dengan demikian, sekitar 77,56% penduduk muslim Indonesia

⁸ Arifa Miftahul Jannah, Murwatiningsih, and Nina Oktarina, "The Effect of Financial Literacy, Social Media, and Social Environment towards The Consumptive Behavior of Students at SMA Negeri Kabupaten Jepara," *Journal of Economic Education (JEE)* 10.2 (2021). (h.85–93)

belum memiliki pemahaman yang memadai tentang keuangan syariah. Meskipun tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia meningkat dari tahun 2019 ke 2022, peningkatan yang terjadi hanya sebesar 0,21% dalam kurun waktu tiga tahun. Untuk meningkatkan literasi keuangan syariah, diperlukan sosialisasi dan

Gambar 1. 3 Indeks Literasi Keuangan, 2023



edukasi yang optimal serta berkesinambungan kepada masyarakat yang berpotensi dan mendominasi.

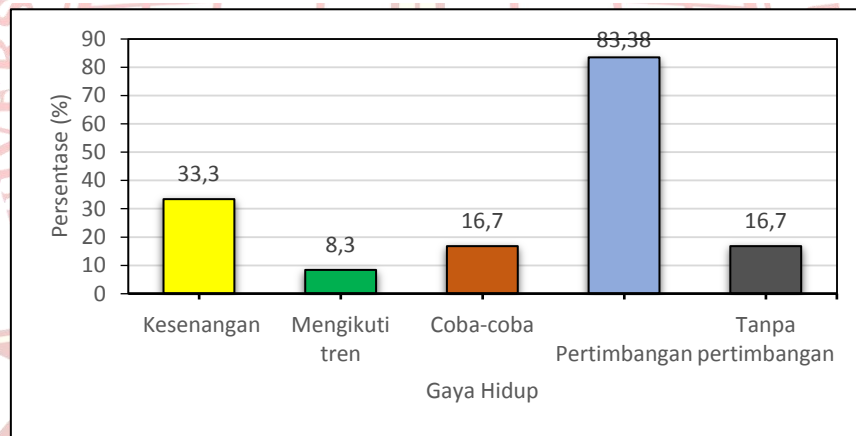
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2024

Pada Gambar 1.3 Berdasarkan hasil SNLIK tahun 2024, indeks literasi keuangan Indonesia adalah sebesar 65,43%, artinya dari 100 orang umur 15-79 tahun, hanya 65 orang yang terliterasi keuangan dengan baik (Well Literate). Sedangkan, indeks literasi konvensional Indonesia sebesar 65,08%, sedangkan indeks literasi syariah sebesar 39,11%.

Gaya hidup merupakan salah satu indikator yang mempengaruhi perilaku seseorang. Pada umumnya gaya hidup ialah

pola pengelolaan waktu dan uang seseorang.⁹ Beberapa orang bersaing untuk mengikuti tren bahkan ketika mereka tidak benar-benar membutuhkan gaya hidup tertentu, hal ini menandakan bahwa mereka hanya tidak ingin ketinggalan dengan yang lainnya. Meskipun gaya hidup mahasiswa dapat berubah, tetapi perubahan ini tidak didorong oleh perubahan kebutuhan. Mahasiswa biasanya tertarik dengan apa yang kebanyakan teman mereka gunakan. Gaya hidup seseorang berkaitan dengan perilaku konsumsi, terutama ketika memutuskan untuk membeli produk yang sesuai dengan nilai-nilai tradisional yang dibentuk oleh suatu masyarakat.¹⁰ Data gaya hidup konsumtif mahasiswa dapat dilihat pada Gambar

Gambar 1. 4 Gaya Hidup Mahasiswa



dibawah ini.

Sumber: Lestari, J. L., Timur, H., & Safitri, E. (2023)

⁹ Nurul Safura Azizah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Keuangan Pada Generasi Milenial" *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)* 1.2 (2020). (h.92-101)

¹⁰ Febriana Hidayanti et al., "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). (h.1-14)

Data pada Gambar 1.4 Sebanyak 33,3% mahasiswa mengaku berbelanja berdasarkan kesenangan, 83,3% berbelanja karena mengikuti tren, dan 16,7% berbelanja hanya karena coba-coba. Meskipun 83,38% mahasiswa mengaku berbelanja pertimbangan, 16,7% mahasiswa mengaku berbelanja tidak berdasarkan pertimbangan.

Media sosial adalah platform digital berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi dengan orang lain secara online melalui konten yang dibuat oleh pengguna itu sendiri.¹¹ Media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi, hiburan, edukasi, dan promosi yang dapat diakses secara luas melalui perangkat elektronik. Di era globalisasi, mahasiswa semakin sering mengakses informasi melalui media sosial. Hal ini mempermudah mereka dalam memperoleh barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.¹² Dengan kemajuan teknologi yang pesat, produsen dapat mengemas produk mereka dengan cara yang lebih menarik dan efisien untuk dipasarkan. Melalui media sosial yang semakin canggih, produsen mampu memanfaatkan iklan secara efektif guna menawarkan produk mereka dengan daya tarik yang tinggi. Berbagai iklan tersebut dengan mudah dapat ditemukan di platform media sosial seperti

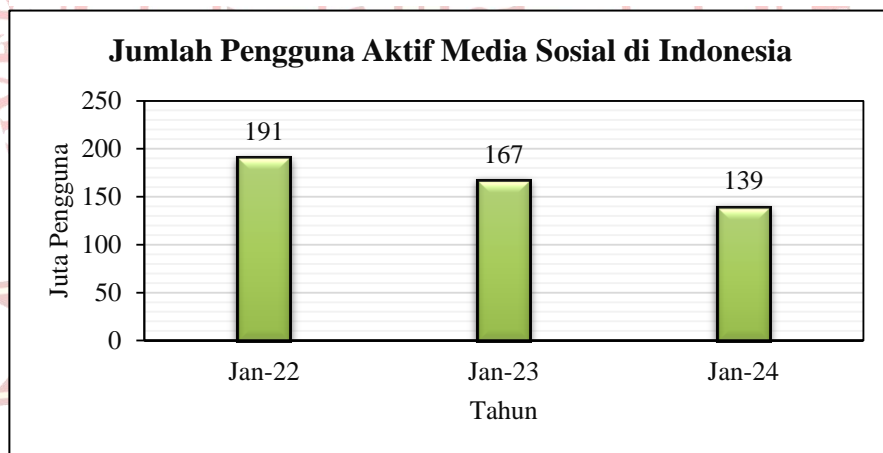
¹¹ Kiki Farida Ferine, Abu Muna Almaududi Ausat, and Silvy Sondari Gadzali, "The Impact of Social Media on Consumer Behavior," *Communnity Development Journal* 4.1 (2023). (h.843- 847)

¹² Dewi Wulandari, R. Taufiq Nur Muftiyanto, and Agus Suyatno, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta," *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 2.3 (2024). (h.230–39)

Facebook, Instagram, blog, dan lainnya.¹³ Tren penggunaan media sosial juga tidak terlepas dari akses internet yang semakin luas, terutama di kalangan remaja. Melalui media sosial, remaja tidak hanya dapat mengakses informasi tetapi juga berkomunikasi dengan cara yang lebih interaktif dan menarik.¹⁴

Penggunaan Media Sosial di Indonesia, menurut Data reportal 2024, pada awal tahun 2024, terdapat menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2022, persentase pengguna media sosial tercatat sebesar 23,3%, yang meningkat menjadi 28,01% pada tahun 2023. Lonjakan lebih tajam terjadi pada tahun 2024, dengan persentase mencapai 39,11%. Hal

Gambar 1. 5 Grafik Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial



ini dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.

Sumber: DataIndonesia.Id 2024

¹³ Joan Francesc Fondevila-Gascón , Marc Polo-López, and Josep Rom-Rodríguez, "Social Media Influence on Consumer Behavior: The Case of Mobile Telephony Manufacturers," *Sustainability (Switzerland)* 12.4 (2020). (h.3–23)

¹⁴ Ahmad Bachtiar Firdaus and Luthfiya Fathi Pusposari, "The Influence of Economic Literacy and Lifestyle on the Consumptive Behavior of Students," *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)* 8.2 (2022). (h.172–82)

Berdasarkan Gambar 1.5, dapat dilihat bahwa jumlah pengguna media sosial dari tahun 2022 hingga 2024 mengalami penurunan. Namun, angka tersebut masih tergolong sangat besar. Berdasarkan data Indonesia, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2024 mencapai 281.603,8 ribu jiwa, dengan sekitar 49,21% atau 139 juta orang di antaranya menggunakan media sosial.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa UINFAS Bengkulu yang dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan media sosial. Maka dari itu, penelitian ini mengambil judul ini. Fokus penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, karena mereka sudah memiliki dasar pemahaman tentang literasi keuangan syariah. Melalui penelitian ini, dapat dianalisis sejauh mana pemahaman tentang literasi keuangan syariah memengaruhi perilaku konsumtif yang dipicu oleh gaya hidup dan penggunaan media sosial saat ini.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sampel pengambilan data penelitian ini adalah mahasiswa/i aktif program studi ekonomi syariah UNIFAS Bengkulu.
2. Fokus utama penelitian ini adalah adanya pengaruh literasi ekonomi syariah, gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa/i.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Literasi Keuangan Syariah mempunyai pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif?
2. Apakah Gaya Hidup mempunyai pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif?
3. Apakah Media Sosial mempunyai pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang disebutkan pada penelitian ini, tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.
2. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.
3. Untuk mengetahui pengaruh Media Sosial secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu ekonomi syariah dengan mengkaji pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Hasilnya dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya serta

memperdalam pemahaman tentang hubungan Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan Media Sosial.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat membantu mahasiswa Ekonomi Syariah dalam mengelola konsumsi sesuai prinsip syariah, serta menjadi acuan bagi pendidik dalam merancang kurikulum yang lebih efektif. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pembuat kebijakan untuk mendukung konsumsi bijak di kalangan mahasiswa dan memberikan wawasan tentang pemanfaatan Media Sosial agar tidak memicu perilaku konsumtif berlebihan.

F. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal nasional penelitian yang dilaksanakan oleh Mila Mulya Sari yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2018–2019. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini sebanyak 196 orang, dengan sampel 66 orang. Jumlah sampel didapatkan melalui teknik purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek

penelitiannya, sedangkan persamaannya terletak pada objek penelitiannya.¹⁵

2. Jurnal internasional penelitian yang dilakukan oleh Arifa Miftahul Jannah, Murwatiningsih, dan Nina Oktarina (2021) bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, media sosial, dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kabupaten Jepara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi sebanyak 1.315 siswa dan sampel sebanyak 307 siswa yang diperoleh dengan teknik proportional cluster random sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif sebesar 20,16%, media sosial berpengaruh positif dan signifikan sebesar 43,16%, dan lingkungan sosial berpengaruh negatif dan signifikan sebesar 34,45%. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan lokasi penelitian, sedangkan persamaannya terletak pada objek dan variabel yang dikaji yaitu literasi keuangan dan media sosial terhadap perilaku konsumtif.¹⁶

3. Jurnal nasional penelitian Penelitian Delyana Rahmawany Pulungan, Hastina Febriaty dengan judul penelitian

¹⁵ Mila Mulya Sari, Agustin Titin Nengsih, and Ahmad Sayhrizal, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah 2018-2019," *Journal of Creative Student Research (JCSR)* 1.2 (2023). (h.2–15)

¹⁶ Arifa Miftahul Jannah, Murwatiningsih, and Nina Oktarina, "The Effect of Financial Literacy, Social Media, and Social Environment towards The Consumptive Behavior of Students at SMA Negeri Kabupaten Jepara," *Journal of Economic Education (JEE)* 10.2 (2021). (h.85–93)

“pengaruh Gaya Hidup dan literasi keuangan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen mahasiswa”. bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, kontrol perilaku, dan norma subjektif terhadap intensitas masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini sebanyak 538 orang dengan sampel 230 orang yang didapatkan melalui teori hair. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, kontrol perilaku, dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap intensitas masyarakat. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaannya terletak pada objek penelitiannya.¹⁷

4. Jurnal nasional penelitian yang dilakukan oleh Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, dan Muliyyana yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa” bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Jumlah sampel sebanyak 85 responden. Teknik analisis data yang

¹⁷ Delyana Rahmawany Pulungan and Hastina Febriaty, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2.3 (2018). (h.103-110)

digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, dan gaya hidup secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian dan variabel yang digunakan.¹⁸

5. Jurnal nasional penelitian Dewi Wulandari, R. Taufiq Nur Muftiyanto, and Agus Suyatno bertujuan untuk menginvestigasi hubungan antara penggunaan sosial media, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data dari 97 responden mahasiswa aktif yang menggunakan media sosial di beberapa perguruan tinggi yang berlokasi di Kota Surakarta Instrumen penelitian berupa kuesioner yang terstruktur digunakan untuk mengumpulkan data mengenai variabel penggunaan sosial media, gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil analisis data menunjukkan bahwa penggunaan sosial media memiliki korelasi positif yang signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, gaya hidup yang cenderung konsumtif juga berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, literasi keuangan tidak berpengaruh positif terhadap

¹⁸ Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, and Muliyan, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa," *Jurnal Economina* 1.1 (2022). (h.1–14)

perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Temuan ini menggaris bawahi pentingnya pendidikan literasi keuangan di kalangan mahasiswa sebagai langkah preventif dalam menghadapi pengaruh negatif dari penggunaan sosial media dan gaya hidup konsumtif. Implikasi dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan program pendidikan dan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan keuangan mahasiswa. Sementara itu, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, jumlah sampel, dan objek penelitian berada di dua institusi yang berbeda dengan karakteristik mahasiswa yang kemungkinan juga berbeda.¹⁹

G. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini merupakan bagian awal yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Pada bab ini mendeskripsikan teori dari setiap variabel penelitian, yaitu literasi keuangan syariah, religiusitas, dan perencanaan keuangan. Dan hubungan antara literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap perencanaan keuangan. Serta pada bab ini juga dimuat kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

¹⁹ Wulandari, Dewi, R. Taufiq Nur Muftiyanto, and Agus Suyatno. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta." *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 2.3 (2024): 230–239.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data dan teknik pengumpulan data, variabel dan definisi operasional, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan penelitian. Pada bagian hasil paparkan hasil dari berbagai uji statistik terhadap variabel penelitian. Dan pada bagian pembahasan menjelaskan deskripsi dari hasil uji statistik untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdapat dua bagian, yaitu kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk instansi dan mahasiswa mengenai topik yang dibahas.

