

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital, perilaku konsumtif semakin menonjol, terutama di kalangan para Generasi Z. Dengan pesatnya perkembangan tren digital, pola hidup masyarakat semakin bergeser menuju preferensi akan hal-hal yang serba cepat, mudah, dan praktis, yang kesemuanya dapat diakses dengan mudah melalui perangkat *smartphone*.¹

Menurut Akhmad Sudrajat, Generasi Z memiliki karakteristik perilaku dan kepribadian yang cukup berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka dikenal sangat mahir dalam teknologi, sosial, serta multitasking, dengan ambisi besar untuk sukses yang diiringi preferensi pada hal-hal praktis dan cepat.² Data Sensus Penduduk 2020 dari BPS juga mengkonfirmasi Generasi Z lahir 1997–2012 mendominasi struktur penduduk Indonesia dengan persentase 27,94%.³ Dominasi ini bahwa Generasi Z

¹ Gustika Nurmalia, Mutiasari Nur Wulan, and Zathu Restie Utamie, 'Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee', *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 3.01 (2024), pp. 22–32, doi:10.34001/jrei.v3i01.846.

² Nurmalia, Mutiasari Nur Wulan, and Zathu Restie Utamie, 'Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee'.

³ BPS Indonesia, 'The Indonesian Population Census 2020', *Statistics Indonesia*, no. 7 (2021), pp. 1–22.

menjadi kekuatan utama dalam fase bonus demografi terhadap perkembangan sosial dan ekonomi. Namun, pola konsumsi mereka cenderung lebih mengutamakan kepuasan instan dan prestise, berbeda dengan generasi pendahulu yang lebih berorientasi pada pengumpulan aset.⁴

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi turut mendorong transformasi dalam praktik perdagangan. Aktivitas jual beli pada era digital semakin dipermudah oleh keberadaan berbagai platform e-commerce yang memfasilitasi interaksi antara penjual dan pembeli secara efisien.⁵ Perkembangan industri e-commerce yang begitu cepat telah membawa transformasi pada pola perilaku masyarakat, terutama di kalangan generasi z, yang menunjukkan kecenderungan untuk bersikap lebih konsumtif. Keberadaan berbagai platform e-commerce di Indonesia turut membentuk kebiasaan berbelanja masyarakat, yang pada akhirnya mendorong munculnya gaya hidup konsumtif serta memperkuat hasrat untuk meningkatkan citra diri, gaya hidup, dan status sosial.⁶

⁴ Sarah Satira, 'Analisis Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim Terhadap Eksistensi Warung Kopi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Warkop Zakir Lampriet Banda Aceh)', *Skripsi*, 2022.

⁵ Anisa Kusumaningtyas and Suryo Ediyono, 'Hubungan Antara Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Di Era Modern', no. January (2023).

⁶ Lathifah Rahma Sakhi and Muhammad Iqbal Fasa, 'Analisis Tren Perilaku Konsumtif Dari Konsumen Dalam E-Commerce Di Era Digital', *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3.4 (2025), pp. 1–11.

Perilaku konsumtif telah menjadi fenomena yang dapat dijumpai pada berbagai strata sosial masyarakat. Gejala ini tampak dari semakin maraknya sarana dan prasarana yang dikembangkan untuk memenuhi hasrat konsumsi, seperti pusat perbelanjaan modern, tempat hiburan, restoran, kawasan wisata, serta fasilitas pendukung lainnya.⁷ Perilaku konsumtif mencerminkan pola tindakan yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan didorong oleh keinginan yang telah melampaui batas-batas kewajaran.

Keinginan untuk mengonsumsi secara berlebihan disebut konsumerisme. Konsumerisme, yang semula muncul sebagai gerakan perlindungan konsumen untuk memperjuangkan hak-hak mereka, telah banyak dijelaskan. Secara historis, konsumerisme mencerminkan upaya yang diselenggarakan oleh konsumen yang bekerja sama dengan pemerintah untuk memperjuangkan, melindungi, dan meningkatkan hak-hak mereka sebagai konsumen. Kemudian, istilah ini mendapat konotasi negatif, yang menggambarkan konsumsi berlebihan atau konsumsi yang merusak, dipicu oleh kemajuan teknologi modern serta

⁷ Riskawati Saleh, Wantini, and Diponegoro a.M, 'Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Psikologi Islam', *Jurnal Psikologi Islam Al-Qalb*, 14.2 (2023), pp. 92–104 <<http://dx.doi.org/10.15548/5688>>.

ideologi materialisme-positivisme.⁸ Perilaku ini melekat pada individu ketika mereka melakukan pembelian yang tidak didasarkan pada kebutuhan (*need*), tetapi semata-mata dipengaruhi oleh keinginan (*want*) yang bersifat subjektif.⁹

Beragam penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi faktor-faktor pendorong perilaku ini. Salah satu yang paling dominan adalah gaya hidup hedonis. Merujuk pada Sumantri & Kurniawati, gaya hidup ini ditandai dengan upaya individu mengejar kepuasan materi dan penampilan demi kesenangan semata, sering kali mengabaikan fungsi barang. Temuan mereka menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi sebesar 29,1%. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat hedonisme seseorang, semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.¹⁰

Faktor internal lain yang tak kalah pentingnya adalah kontrol diri, terutama bagi individu yang sudah mandiri secara finansial. Berdasarkan penelitian Nurfaizah dkk. pada pekerja dewasa awal, ditemukan korelasi negatif

⁸ Herlina Yustati and others, 'CONSUMERISM , DEBT , AND GEN Z: CAN RELIGIOSITY BE THE KEY TO BREAKING THE CYCLE ?', 2026, pp. 318–31.

⁹ Iain Kediri Press, *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*, Naning Fatmawatie, 2022.

¹⁰ paramitha mudita Sumantri and Meike Kurniawati, 'PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA INDIVIDU DEWASA AWAL', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 15.2 (2023), pp. 5–24.

yang kuat antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif sebesar -0,703. Artinya, individu dengan kontrol diri tinggi cenderung mampu menekan perilaku konsumtif secara efektif, sementara mereka yang memiliki kontrol diri rendah lebih sulit menahan keinginan belanja sehingga tingkat konsumsinya meningkat.¹¹

Selain faktor internal, lingkungan teman sebaya juga memberikan pengaruh eksternal yang signifikan. Penelitian Bado, Hasan, & Isma menyimpulkan bahwa interaksi dengan teman sebaya berdampak positif terhadap perilaku konsumtif. Mekanisme ini terjadi karena adanya dorongan untuk mengikuti tren atau kebiasaan dalam lingkungan pergaulan demi diterima oleh kelompoknya, yang pada akhirnya memicu perilaku konsumtif.¹²

Perspektif Ekonomi Islam memandang fenomena ini sebagai tantangan terhadap ketentuan Allah yang bersifat teistis *rabbaniyah*, moral, dan etis *khuluqiyah*. Dalam teori ekonomi konvensional, kepuasan (*utility*) hanya dimaknai sebagai terpenuhinya kebutuhan fisik. Namun, dalam Islam kepuasan dikenal dengan istilah *masalahah*, yaitu terpenuhinya kebutuhan fisik maupun spiritual secara

¹¹ Nurfaizah and others, 'Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal Yang Statusnya Sudah Bekerja', *IDEA: Jurnal Psikologi*, 6.1 (2022), pp. 61–74.

¹² B Bado, M Hasan, and a Isma, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Locus of Control Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7 (2022), pp. 15604–23 <<http://eprints.unm.ac.id/33576/>>.

seimbang berdasarkan nilai syariah . Seorang muslim dalam mencapai kepuasan harus memastikan barang yang dikonsumsi adalah halal secara zat maupun cara perolehannya, serta tidak bersifat *israf* (berlebihan) dan *tabzir* (sia-sia). Perilaku konsumtif yang berlebihan dianggap tidak sejalan dengan ajaran yang mendorong hidup sederhana. Sayangnya, rambu-rambu doktrin ini seringkali diabaikan oleh konsumen muslim demi pemenuhan kepuasan sesaat yang tidak dibenarkan oleh syariat.¹³

Kelurahan Pagar Dewa menjadi pilihan utama sebagai lokasi penelitian karena merupakan wilayah dengan jumlah penduduk terbanyak di Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu, yakni 22.290 jiwa pada tahun 2025. Kepadatan ini menjadikan lokasi tersebut sangat representatif untuk menggambarkan perilaku ekonomi masyarakat urban secara kolektif.¹⁴ Fakta ini semakin kuat dengan data BPS yang menunjukkan bahwa pengeluaran non-makanan di Kota Bengkulu telah mencapai 58,25%, melampaui pengeluaran untuk makanan. Angka ini menjadi indikator jelas adanya

¹³ Ida Martinelli, 'Ajaran Islam Tentang Prinsip Dasar Konsumsi Oleh Konsumen', *Jurnal EduTech*, 5.1 (2019), pp. 76–83.

¹⁴ Muthia Rosdiana and others, *KECAMATAN SELEBAR DALAM ANGKA 2025* (©BPS Kota Bengkulu/BPS-Statistics Bengkulu Municipality, 2025).

pergeseran budaya konsumsi yang masif menuju kebutuhan gaya hidup pada penduduk di wilayah tersebut.¹⁵

Maraknya perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z, khususnya dalam lingkungan yang telah terdigitalisasi, meniscayakan pentingnya suatu kajian akademik untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya. Gaya hidup hedonis yang menempatkan kesenangan sebagai tujuan utama, lemahnya kontrol diri dalam menahan dorongan konsumtif, serta kuatnya pengaruh teman sebaya melalui media sosial dan komunitas digital, menjadi variabel-variabel kunci yang perlu diteliti secara ilmiah.

Penelitian ini tidak hanya memandang perilaku konsumtif sebagai fenomena sosial semata, tetapi juga mengkaji bagaimana perilaku tersebut beririsan dengan prinsip konsumsi dalam ajaran Islam. Oleh karena itu, studi ini berfokus pada Generasi Z berusia 20–28 tahun di Kelurahan Pagar Dewa, Kota Bengkulu, untuk menganalisis sejauh mana ketiga variabel tersebut memengaruhi perilaku konsumtif dalam perspektif Islam.

B. Batasan masalah

Agar penelitian dapat dilakukan dengan lebih terfokus, maka ruang lingkup studi ini dibatasi melalui beberapa kriteria berikut:

¹⁵ B P S Kota Bengkulu, *Statistik Daerah Kota Bengkulu 2024* (Badan Pusat Statistik Kota Bengkulu, 2024) <<https://bengkulukota.bps.go.id/id/publication/2024/12/20/169a4f9cdddfa0fc38fe94c4/statistik-daerah-kota-bengkulu-2024.html>>.

1. Subjek penelitian merupakan Generasi Z yang berusia antara 20–28 tahun.
2. Responden harus berdomisili di Kelurahan Pagar Dewa, Kota Bengkulu.
3. Responden merupakan pengguna aktif platform digital, khususnya e-commerce, media sosial, dan dompet digital.
4. Penelitian hanya mengkaji pengaruh tiga variabel bebas, yaitu gaya hidup hedonis, kontrol diri, dan pengaruh teman sebaya, terhadap perilaku konsumtif.

Dengan demikian, fokus penelitian dapat lebih terarah dan mendalam sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

C. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa?
2. Apakah terdapat pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa?
3. Apakah terdapat pengaruh Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa?

4. Apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri, dan Lingkungan Teman terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa.
2. Mengetahui pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.
3. Mengetahui pengaruh Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam dua aspek, yaitu secara teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat

memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang perilaku konsumen Islam, khususnya yang berkaitan dengan fenomena konsumtif di kalangan Generasi Z Muslim pada era digital.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan bagi tokoh masyarakat, lembaga dakwah, dan pemerintah daerah dalam merancang program edukasi literasi konsumsi Islami yang lebih efektif dan relevan bagi generasi muda di lingkungan masyarakat.

F. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu sebelumnya memperkuat adanya pengaruh faktor-faktor psikologis dan sosial terhadap perilaku konsumtif.

1. Pertama, penelitian *Paramitha Mudita Sumantri* dan *Meike Kurniawati* tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Fashion Pada Individu Dewasa Awal”. Hasil data yang diperoleh akan diuji menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif, dengan

memperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.291 atau sebanyak 29.1%.¹⁶

Persamaan pada penelitian ini terletak pada penggunaan variabel Gaya Hidup Hedonis sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen, serta kesamaan penggunaan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi. Sedangkan perbedaannya terletak pada ruang lingkup objek di mana penelitian terdahulu spesifik pada produk *fashion*, sementara penelitian ini mengkaji perilaku konsumtif secara umum.

2. Kedua, penelitian yang dilakukan *Anisa Kusumaningtyas*, dan *Suryo Ediyono* tahun 2023 dengan judul “Hubungan Antara Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Di Era Modern”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif di era modern. Diharapkan semua orang dapat bijak dalam menghadapi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif.¹⁷

¹⁶ Sumantri and Kurniawati, ‘PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA INDIVIDU DEWASA AWAL’.

¹⁷ Kusumaningtyas and Ediyono, ‘Hubungan Antara Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Di Era Modern’.

Persamaan pada penelitian ini terletak pada topik utama yang diangkat, yaitu hubungan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif individu di tengah arus era modern dan digitalisasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan metodologi di mana penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif deskriptif, sementara penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini juga lebih spesifik pada populasi Generasi Z di wilayah geografis Kelurahan Pagar Dewa.

3. Ketiga, penelitian yang dilakukan *Wenseslaus Ngampus*, dkk tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Kota Denpasar”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Denpasar, (2) gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Denpasar, (3) penggunaan uang elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Denpasar, (4) literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan uang

elektronik secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Denpasar. Dengan demikian ketiga faktor tersebut memengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial Kota Denpasar.¹⁸

Persamaan pada penelitian ini terletak pada penggunaan variabel gaya hidup dan perilaku konsumtif yang diuji menggunakan metode regresi linear berganda untuk melihat pengaruh secara parsial maupun simultan. Sedangkan perbedaannya terletak pada kriteria subjek penelitian di mana penelitian terdahulu menyasar Generasi Milenial (usia 22–42 tahun) di Kota Denpasar, sementara penelitian ini berfokus pada Generasi Z (usia 20–28 tahun) di Kelurahan Pagar Dewa yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang berbeda.

4. Keempat, penelitian yang dilakukan *Hermin Nainggolan* tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol diri dan Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan”. Hasil uji asumsi klasik menyatakan bahwa penelitian ini

¹⁸ Wenseslaus Ngampus, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, And Fridayana Yudiaatmaja, ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Kota Denpasar’, *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10.3 (2023), Pp. 971–85.

terbebas dari multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, serta terdistribusi normal. Hasil regresi linier berganda diperoleh hasil $Y = 14,883 - 0,354X_1 - 0,173X_2 + 0,303X_3 + e$. Hasil uji hipotesis dengan uji f diketahui hasil f hitung $(26,139) > f \text{ tabel } (2,67)$ dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis pertama diterima. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan merupakan variabel bebas yang paling dominan dengan hasil -t hitung $(-4,454) < -t \text{ tabel } (-1,9785)$ dan tingkat signifikansinya $0,00 < 0,05$ sehingga hipotesis kedua diterima. Koefisien determinasi menunjukkan $R^2 = 0,364$ yang artinya kontribusi variabel bebas sebesar 36,4%, sedangkan sisanya sebesar 63,6% dijelaskan oleh variasi lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.¹⁹

Persamaan pada penelitian ini terletak pada penggunaan variabel kontrol diri sebagai determinan internal yang memengaruhi perilaku konsumtif serta kesamaan dalam prosedur pengujian statistik seperti uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Sedangkan perbedaannya terletak pada karakteristik responden di mana penelitian terdahulu dilakukan pada pekerja

¹⁹ Hermin Nainggolan, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan', *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5.1 (2022), Pp. 810–26, Doi:10.36778/Jesya.V5i1.574.

produksi PT Pertamina Balikpapan yang memiliki pendapatan tetap dan pola kerja industri, sementara penelitian ini dilakukan pada Generasi Z Muslim dengan latar belakang pekerjaan yang lebih beragam di lingkungan masyarakat umum.

5. Kelima, penelitian yang dilakukan oleh *Maulana Muhammad* pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Unesa 2018”. Hasil setelah diteliti memperlihatkan terdapat pengaruh dari kontrol diri kepada perilaku konsumtif yang berupa perilaku konsumtif akan meningkat apabila kontrol diri juga meningkat, literasi ekonomi juga mempunyai pengaruh kepada pola perilaku konsumtif yang mana perilaku konsumtif akan menurun apabila tingkat literasi ekonominya meningkat, serta diketahui bahwa kontrol diri serta literasi ekonomi bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan besaran 46,5% sedangkan sisanya yaitu 53,5% dijelaskan variabel lainnya.²⁰

²⁰ Maulana Muhammad, ‘Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Unesa 2018’, *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7.2 (2022), Pp. 61–70, Doi:10.33084/Neraca.V7i2.3510.

Persamaan pada penelitian ini terletak pada fokus variabel internal yaitu pengaruh kontrol diri terhadap pola perilaku konsumtif dengan bantuan alat analisis SPSS. Sedangkan perbedaannya terletak pada lingkungan penelitian di mana penelitian terdahulu mengambil sampel mahasiswa di lingkungan kampus (akademis), sementara penelitian ini mengambil sampel warga di tingkat Kelurahan (sosial-kemasyarakatan).

6. Keenam, penelitian yang dilakukan oleh *Basri Bado*,dkk tahun 2022. Dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; pergaulan teman sebaya memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; dan locus of control memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; literasi keuangan juga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap locus of control, pergaulan teman sebaya memiliki dampak positif dan signifikan terhadap locus of control; locus of control sebagai variabel intervening berhasil memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku

konsumtif; locus of control sebagai variabel intervening berhasil memediasi pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.²¹

Persamaan pada penelitian ini terletak pada pengujian variabel lingkungan teman sebaya yang dianggap sebagai faktor eksternal dominan dalam memicu perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaannya terletak pada desain model penelitian di mana penelitian terdahulu menggunakan *Locus of Control* sebagai variabel mediasi (intervening), sementara dalam penelitian ini teman sebaya diposisikan sebagai variabel independen langsung. Selain itu, objek penelitian terdahulu adalah siswa SMK, berbeda dengan penelitian ini yang menyoroti generasi dewasa awal (Generasi Z).

7. Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Annisa Reja Danurahman, dkk tahun 2023 dengan judul “Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Dan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa”. Hasil uji persyaratan analisis menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memiliki hubungan yang linear. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Lingkungan

²¹ B Bado, M Hasan, And A Isma, ‘Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Locus Of Control Sebagai Variabel Intervening’, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7 (2022), Pp. 15604–23 <[Http://Eprints.Unm.Ac.Id/33576/](http://Eprints.Unm.Ac.Id/33576/)>.

Teman Sebaya berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif, (2) Lingkungan keluarga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif, (3) Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif, (4) Lingkungan teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel literasi keuangan. (5) Lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel literasi keuangan, (6) Lingkungan teman sebaya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif melalui mediasi literasi keuangan dan literasi keuangan dianggap belum bisa memediasi variabel lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. (7) Lingkungan keluarga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif melalui mediasi literasi keuangan dan literasi keuangan dianggap belum bisa memediasi variabel lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.²²

²² Annisa Reja Danurahman, Ati Sumiati, and Sri Zulaihati, 'Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Dan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa', *Prosiding Konferensi Ilmiah Akuntansi*, 10.01 (2023), pp. 1–24 <<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KIA/article/view/18474>>.

Persamaan pada penelitian ini terletak pada pengamatan peran lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi individu di era digital. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel mediasi dan perspektif analisis di mana penelitian terdahulu melihat peran literasi keuangan sebagai pemediasi, sementara penelitian ini lebih menekankan pada bagaimana variabel-variabel tersebut berinteraksi dengan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam seperti larangan *israf* (berlebihan) dan *tabzir* (sia-sia).

G. Sistematika Penulisan

Untuk menyajikan gambaran yang jelas tentang penelitian ini, sistematika penulisan disusun dalam lima bab sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang pengertian pandangan, definisi, indikator, serta faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, pengertian gaya hidup hedonis, pengertian kontrol diri, dan pengertian lingkungan teman sebaya.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian, yaitu prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data secara sistematis dan valid untuk menjamin penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan data hasil penelitian yang telah diolah, mencakup gambaran umum lokasi penelitian (Kelurahan Pagar Dewa), karakteristik responden, hasil uji statistik, serta analisis mendalam tentang pengaruh gaya hidup hedonis, kontrol diri, dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.

BAB V: PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian beserta saran yang relevan untuk pihak terkait, termasuk masyarakat (Generasi Z), instansi pemerintah, serta peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan topik serupa.