

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. *Theory of Planned Behavior*

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) atau Teori Perilaku Terencana yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991) sebagai landasan teoritis utama. TPB merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) dengan penambahan komponen kontrol perilaku yang dipersepsikan, sehingga mampu menjelaskan tindakan manusia yang tidak sepenuhnya berada di bawah kendali sukarela.

Menurut Ajzen, niat (*intention*) merupakan faktor paling langsung yang menentukan perilaku individu. Niat terbentuk secara simultan oleh tiga faktor penentu utama, yaitu: sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*).²³

1. Sikap terhadap Perilaku (*Attitude Toward the Behavior*) Merujuk pada evaluasi individu mengenai apakah suatu perilaku menguntungkan atau tidak menguntungkan. Sikap ini didasarkan pada keyakinan perilaku tentang konsekuensi dari tindakan tersebut.

²³ Icek Ajzen, 'The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes', 211 (1991), pp. 179–211, doi:[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).

Penelitian ini, aspek sikap terhadap perilaku diwakili oleh variabel independen Gaya Hidup Hedonis . Variabel ini mencerminkan orientasi nilai-nilai modernitas, kesenangan sesaat, dan pencarian validasi sosial di era digital. Orientasi gaya hidup hedonis ini membentuk sikap positif terhadap aktivitas belanja online, sehingga semakin memperkuat niat Generasi Z untuk melakukan perilaku konsumtif.²⁴

2. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (*Perceived Behavioral Control*) Berkaitan dengan persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku, berdasarkan pengalaman masa lalu, kapasitas diri, serta hambatan atau fasilitator yang diantisipasi.

Dalam penelitian ini, aspek kontrol perilaku yang dipersepsikan direpresentasikan oleh variabel independen Kontrol Diri . Kontrol diri berperan mengatur kapasitas individu dalam menahan impuls terhadap berbagai stimulus pemasaran digital. Apabila kontrol diri yang dimiliki lemah, maka individu akan kesulitan mengendalikan dorongan belanja, sehingga niat untuk melakukan pembelian terealisasi menjadi perilaku konsumtif.²⁵

²⁴ Nur'aini Putri Prihastutik and Zaki Nur Fahmawati, 'The Influence of Hedonic Lifestyle and Self-Control on Consumptive Purchasing Behavior of NCT Fans in Indonesia', *Empathy: Jurnal Fakultas Psikologi*, 6.2 (2023), p. 171, doi:10.12928/empathy.v6i2.26906.

²⁵ Muhammad, 'Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Unesa 2018'.

3. Norma Subjektif Merupakan persepsi individu mengenai tekanan sosial atau ekspektasi dari orang-orang penting di sekitarnya (seperti orang tua, pasangan, teman, atau rekan kerja) untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Norma ini ditentukan oleh keyakinan normatif dan motivasi individu untuk mematuhi harapan tersebut.

Penelitian ini, aspek norma subjektif diwakilkan oleh variabel independen Lingkungan Teman Sebaya . Teman sebaya memiliki pengaruh besar dalam menciptakan tren dan standar kelompok di lingkungan Generasi Z. Tekanan sosial yang timbul dari norma subjektif ini mendorong niat Generasi Z untuk berperilaku konsumtif, dengan tujuan untuk tetap diakui dan diterima dalam lingkaran pertemanan.²⁶

B. Perilaku Konsumtif

1. Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang memiliki kecenderungan untuk menggunakan sesuatu tanpa membedakan antara keinginan dan kebutuhan yang diindikasikan melalui dorongan hidup mewah dan berlebihan demi memuaskan hasrat pribadi dan kenyamanan fisik, perilaku ini tidak didasarkan

²⁶ Nurita Dewi, Rusdarti, and St. Sunarto, 'Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *Journal of Economic Education*, 6.1 (2017), pp. 29–35 <<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>>.

pertimbangan yang rasional.²⁷ Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Menurut Mangkunegara menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa dengan mendahulukan proses pengambilan keputusan.²⁸

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang dan jasa yang lebih didasarkan pada impuls emosional daripada kebutuhan fungsional yang mendesak. Fenomena ini sering terwujud dalam pola pembelian berlebihan yang dipicu oleh daya tarik visual produk, tren yang sedang populer, atau keinginan untuk tampil trendi dan tidak ketinggalan zaman. Perilaku konsumtif memiliki karakteristik khusus, di antaranya adalah keputusan membeli yang tidak bertumpu pada kebutuhan utama, lebih dikendalikan oleh labilnya emosi dibandingkan pertimbangan logis, munculnya kepuasan yang bersifat sementara, serta mudah terpengaruh oleh dinamika yang terjadi di lingkungan digital dan media sosial.²⁹ Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan mengkonsumsi barang dan atau jasa yang mendahulukan

²⁷ Adibah Yahya and Universitas Pelita Bangsa, 'Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Determinants of Student Consumptive Behavior', 23.01 (2021), pp. 37–50.

²⁸ Cynthia Angelia and others, 'Perilaku Konsumtif Gamers Genshin Impact Terhadap Pembelian Gacha', *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2.3 (2021), pp. 61–65, doi:10.47065/jbe.v2i3.909.

²⁹ Putra Dwi Syahban, Ghina Ashilah, and Nabila Nur Fatimah, 'Pengaruh Impulsivitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Penggunaan Belanja Online Di Era Digital', *Jma*, 3.6 (2025), pp. 3031–5220.

keinginan dibanding kebutuhan dan tidak lagi bertindak secara rasional.³⁰

Aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rasyid yaitu:

- a. Aspek pembelian impulsif, yaitu aspek pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba.
- b. Aspek pembelian tidak rasional, yaitu aspek pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesankan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode.
- c. Aspek pembelian yang berlebihan, yaitu aspek pembelian suatu produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen.³¹

Berbicara tentang perilaku konsumtif seperti yang telah dibahas sebelumnya, dalam Islam perilaku konsumtif diartikan dengan *israf* yang artinya berlebihan. Perilaku ini merupakan salah satu yang harus dihindari seorang muslim, karena perilaku *israf* merupakan sikap boros yang dengan sadar dilakukan hanya untuk memenuhi tuntutan nafsu.³²

³⁰ Yola Armelia and Agus Irianto, 'Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *Jurnal Ecogen*, 4.3 (2021), p. 418, doi:10.24036/jmpe.v4i3.11509.

³¹ Masnida Khairat, Shanty Yuliana, and A Pendahuluan, 'Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi', no. October (2018).

³² Saleh, Wantini, and a.M, 'Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Psikologi Islam'.

Islam membagi konsumsi ke dalam dua jenis, kebutuhan (*need*) atau *hajat* yang menjamin keberlangsungan hidup secara wajar serta mendatangkan manfaat, dan keinginan (*want*) atau *syahwat* yang tujuannya cenderung hanya untuk memenuhi kepuasan, bersifat mubazir, dan boros. Sebagai umat Muslim, konsumsi harus sesuai dengan syariat sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT.

Perilaku konsumsi seseorang telah tercantum dalam beberapa ayat Al- Quran, diantaranya adalah:

Q.S Al-Isra [17] : 27

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

27. *Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.*

Q.S Al-A'raf [7] : 31

يٰٓبَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

31. *Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.*

Q.S Al-Furqan [25] : 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

67. *Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.*³³

Berdasarkan ayat-ayat di atas, Islam selalu mengajarkan umatnya untuk mengonsumsi barang sesuai dengan kebutuhannya, tidak boros dan tidak berlebihan. Perilaku konsumsi dalam Islam mengajarkan untuk mengutamakan manfaat dari barang dan atau jasa yang kita konsumsi.³⁴ Demikian pula dalam hal perilaku konsumsi, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik, psikis atau material.

Di sisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengonsumsi barang atau jasa yang dihalalkannya oleh syariat Islam. Dalam konteks ini, konsep masalah sangat tepat untuk diterapkan. Sebagaimana yang dikutip oleh Adiwarman Karim, menurut Al-Syatibi kemaslahatan diartikan sebagai segala sesuatu yang menyangkut rezeki, pemenuhan penghidupan manusia, perolehan apaapa yang di peroleh kualitas emosional dan

³³ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 'Qur'an Kemenag in Microsoft Word' (Kementrian Agama RI, 2019) <<https://lajnah.kemenag.go.id>>.

³⁴ Banowati Azelia Putri Yuliawan and Ganjar Eka Subakti, 'Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam', *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18.01 (2022), pp. 35–48.

intelektual, serta kepemilikan barang atau jasa yang mengandung elemen-elemen dasar dan tujuan kehidupan umat manusia di dunia ini untuk memperoleh kemenangan akhirat. Al-Syatibi pun membedakan masalah menjadi tiga, yaitu : kebutuhan (*daruriyah*), pelengkap (*hajiyyah*), dan perbaikan (*tahsiniyah*).³⁵

2. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Mowen dan Minor, berikut adalah indikator-indikator yang menunjukkan perilaku konsumtif pada seseorang:

a. Pembelian bermotif hadiah.

Individu terdorong untuk membeli suatu produk bukan karena pertimbangan manfaat atau kebutuhannya, melainkan semata-mata untuk memperoleh hadiah yang dijanjikan.

b. Tertarik pada kemasan yang menarik.

Pembelian dilakukan karena daya tarik visual dari kemasan produk yang dianggap unik atau berbeda dari pesaing, sehingga menjadi faktor penentu utama.

c. Membeli produk untuk mempertahankan gengsi dan penampilan.

Individu memprioritaskan produk yang dianggap dapat meningkatkan atau mempertahankan citra dan status

³⁵ Tuty Alawiyah, Agustina Mutia, and Ferri Saputra Tanjung, 'Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Kota Jambi)', *Jurnal Riset Dan Akuntansi (JURIMA)*, 3.3 (2023), pp. 184–98.

sosialnya, seringkali mengabaikan barang lain yang lebih dibutuhkan.³⁶

3. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

a. Faktor Eksternal

1. Kebudayaan

Konsumen pada hakikatnya adalah makhluk sosial, yaitu individu-individu yang hidup berdampingan dengan orang lain, saling berkomunikasi, dan berinteraksi secara terus-menerus. Salah satu komponen penting dari perilaku sosial ini adalah budaya. Perubahan yang paling berpengaruh dalam konteks ini adalah proses transformasi masyarakat dari pola-pola yang bersifat tradisional menuju yang lebih modern, yang dikenal sebagai modernisasi. Budaya, sebagai warisan perilaku yang diturunkan dari generasi ke generasi, mendorong individu untuk melakukan pembelian barang sesuai dengan perkembangan zaman yang terjadi, sehingga membentuk sikap dan perilaku seseorang sepanjang hidupnya sebagai bagian dari masyarakat.

2. Kelas Sosial

Kelas Sosial Merujuk pada perbedaan tingkat keuangan atau kemampuan ekonomi individu, di mana

³⁶ Nafisah Raudhatil Jannah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos Di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam', *Jurnal Kesehatan Keperawatan Simpang*, 20.11 (2020), pp. 9–25.

terdapat kelompok dengan tingkat keuangan tinggi dan kelompok dengan tingkat keuangan rendah. Secara lebih luas, kelas sosial merupakan pembagian masyarakat menjadi berbagai kelas atau lapisan sosial yang berbeda. Perbedaan antar kelas atau lapisan ini ditampilkan dalam kontras proses pekerjaan, gaji yang diterima, tanggung jawab yang diemban, gaya hidup, serta berbagai aspek lainnya. Perbedaan upah atau pendapatan ini secara langsung mempengaruhi perilaku pemanfaatan sumber daya oleh individu maupun keluarga.

3. Kelompok Referensi

Suatu kelompok didefinisikan sebagai kumpulan yang beragam dari dua atau lebih individu yang saling berkomunikasi dan berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama. Kelompok referensi, yang juga dikenal sebagai kelompok pengaruh atau perkumpulan perspektif, terdiri dari individu atau sekelompok individu yang secara mendasar mempengaruhi perilaku dan keputusan individu lainnya.

4. Keluarga

Keluarga merupakan lingkungan utama di mana sebagian besar pembeli tinggal dan berinteraksi secara intens dengan kerabat atau anggota keluarga lainnya. Para kerabat ini saling mempengaruhi satu sama lain dalam menentukan pilihan pembelian barang. Dengan demikian,

dapat disimpulkan bahwa keluarga adalah lingkungan terdekat bagi pembeli, sehingga pengaruhnya sangat dominan dalam membentuk keputusan pembelian yang akhirnya dipilih oleh individu tersebut.³⁷

b. Faktor Internal

1. Pribadi

Perilaku konsumtif sangat dipengaruhi oleh berbagai karakteristik pribadi, seperti usia dan tahapan kehidupan seseorang, jenis pekerjaan yang dijalani, kondisi ekonomi saat ini, gaya hidup yang dianut, serta kepribadian dan konsep diri individu tersebut. Penelitian terbaru telah mengevolusi berbagai tahapan dalam siklus hidup psikologis yang dialami manusia. Orang dewasa biasanya mengalami perubahan-perubahan tertentu seiring dengan perjalanan hidup mereka. Jenis pekerjaan yang dilakukan seseorang juga mempengaruhi pilihan produk atau jasa yang akan dikonsumsi. Selain itu, keadaan ekonomi individu juga berperan besar dalam menentukan pemilihan produk. Situasi ekonomi ini mencakup pendapatan yang dapat dibelanjakan, jumlah tabungan yang dimiliki, serta aset atau harta benda (termasuk persentase aset yang mudah dikonversi menjadi uang tunai).

³⁷ Muammar Fawwas Athallah, Nurkhalik Wahdani Asbara, and Prodi Manajemen, 'Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Masyarakat Nelayan Kelurahan Barombong Kecamatan Tamalate Kota Makassar', pp. 118–31.

2. Gaya hidup

Gaya hidup didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia ini yang diwujudkan melalui berbagai kegiatan, minat, serta pendapat yang dimilikinya. Gaya hidup ini mencerminkan sesuatu yang lebih mendalam di balik konsep kelas sosial. Kelas sosial sendiri merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan dalam jangka waktu lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun dalam bentuk urutan hierarki tertentu. Setiap anggota yang berada dalam jenjang hierarki tersebut memiliki nilai-nilai, minat, serta tingkah laku yang serupa dengan satu sama lain.

3. Psikologis

Pemilihan produk yang akan dikonsumsi oleh seseorang sangat dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yakni motivasi, persepsi, pengetahuan, serta kepercayaan. Motivasi merujuk pada kebutuhan yang dirasakan secara kuat dan menekan sehingga mendorong individu untuk mencari cara-cara memuaskannya. Kebutuhan tersebut dapat timbul dari kondisi fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, rasa haus, atau ketidaknyamanan fisik. Sementara itu, kebutuhan lain bersifat psikogenis, yaitu kebutuhan yang muncul dari kondisi mental atau psikologis tertentu, seperti kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, kebutuhan akan harga diri, atau kebutuhan untuk diterima oleh orang lain.

Persepsi didefinisikan sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisir, dan menginterpretasikan informasi dari lingkungan sekitar untuk membentuk gambaran yang bermakna tentang dunia ini. Orang-orang dapat memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi utama, yaitu perhatian frekuensi, distorsi frekuensi, serta pengingatan frekuensi.

Pengetahuan menggambarkan perubahan dalam perilaku yang terjadi akibat pengalaman-pengalaman yang dialami sebelumnya. Sedangkan kepercayaan merupakan pemikiran deskriptif atau keyakinan yang dimiliki seseorang mengenai suatu objek, orang, merek, atau fenomena tertentu.³⁸

C. Gaya hidup hedonis

1. Definisi Gaya Hidup Hedonis

Istilah "*hedonisme*" berakar dari kata dalam bahasa Yunani, "*hedone*", yang bermakna kesenangan. Secara filosofis, paham ini menempatkan pencapaian kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan tertinggi dalam kehidupan. Implikasinya, gaya hidup hedonistik mendorong seseorang untuk lebih banyak beraktivitas di luar rumah guna mencari hiburan dan bersosialisasi dengan teman. Ciri khas lain dari gaya hidup ini adalah kecenderungan untuk melakukan pembelian barang-

³⁸ Zulia Luddiana, 'Perilaku Konsumsi Remaja Ponorogo Di Era Digital Sebagai Dampak Dari Penggunaan Media Sosial', 2024.

barang yang sering kali tidak fungsional, semata didorong oleh euforia kepemilikan, serta hasrat untuk terus-menerus menjadi pusat perhatian dalam pergaulan sosial.³⁹

Menurut Solomon gaya hidup hedonis adalah perilaku atau kebiasaan seorang individu untuk menghabiskan waktunya hanya untuk bersenang-senang bersama teman sepermainan dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungannya.⁴⁰ Gaya hidup adalah kerangka acuan yang digunakan seseorang dalam berperilaku, yang pada akhirnya membentuk pola tingkah laku khas. Khususnya, hal ini mencerminkan bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat terkait dengan pembentukan citra diri di mata masyarakat, sesuai dengan status sosial yang dimilikinya. Untuk merefleksikan citra tersebut, diperlukan simbol-simbol status tertentu yang berperan besar dalam memengaruhi pola konsumsinya.⁴¹

Gaya hidup negatif yang muncul akibat modernisasi dan perubahan nilai yaitu gaya hidup hedonis. Kehidupan Generasi Z cenderung mengikuti gaya hidup hedonis, gaya hidup ini merupakan pola perilaku yang dapat ditemukan melalui tindakan, ketertarikan dan opini yang mengutamakan pada pemuasan kebutuhan materi untuk mencapai kesenangan hidup. Unsur yang

³⁹ Prihastutik and Fahmawati, 'The Influence of Hedonic Lifestyle and Self-Control on Consumptive Purchasing Behavior of NCT Fans in Indonesia'.

⁴⁰ Khairat, Yuliana, and Pendahuluan, 'Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi'.

⁴¹ Eeng Juli Efrianto, 'Gaya Hidup "Frugal Living" Masyarakat Kota Bengkulu Dalam Tinjauan Etika Ekonomi Islam', 8.1 (2023), doi:10.31000/jkip.v4i2.7221.2.

mempengaruhi gaya hidup hedonis yaitu: (1) Unsur internal, yaitu perasaan untuk memuaskan kesenangan pribadi, (2) Unsur eksternal, diantaranya masuknya globalisasi sehingga mengubah pandangan dan mengamati kultur serta kebiasaan dari luar. Dengan perkembangan teknologi seperti internet, kesenangan dapat diperoleh dengan mudah sehingga perilaku masyarakat mengalami perubahan.⁴²

Hedonisme menjadi tantangan besar bagi umat Islam, khususnya Generasi Z. Perilaku yang bertentangan dengan ajaran agama Islam ini telah menjadi gaya hidup yang digemari berbagai kalangan, baik kaya maupun miskin, kota maupun desa. Dunia hedonisme menawarkan berbagai suguhan yang menggurkan, bahkan seolah telah menjadi ideologi bagi pelakunya. Fenomena unik yang muncul adalah sebagian pelaku hedonisme tetap menjalankan ibadah sebagai penyeimbang.

Islam mengajarkan kehidupan sederhana dan moderat. Dalam Islam, kehidupan tidak hanya diukur dari aspek duniawi, tetapi juga aspek akhirat. Kesenangan dunia bersifat sesaat, sedangkan kehidupan kekal sesungguhnya ada di akhirat. Islam tidak mengajarkan bahwa kesenangan diperoleh melalui perilaku mewah dan berlebihan.⁴³

⁴² Yahya and Bangsa, 'Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Determinants of Student Consumptive Behavior'.

⁴³ erna rika Herlina, 'PANDANGAN ISLAM TERHADAP GAYA HIDUP HEDONISME PADA GENERASI Z', 5 (2023), pp. 1–10.

Serupa pada firman Allah SWT dalam :

QS Hud (11): 116

فَلَوْلَا كَانَ مِنَ الْقُرُونِ مِنْ قَبْلِكُمْ أُولُوا بَقِيَّةٍ يَنْهَوْنَ عَنِ الْفَسَادِ فِي الْأَرْضِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّنْ أَنْجَيْنَا مِنْهُمْ وَاتَّبَعَ الَّذِينَ ظَلَمُوا مَا أُتْرِفُوا فِيهِ وَكَانُوا مُجْرِمِينَ

116. Maka, mengapa tidak ada di antara generasi sebelum kamu sekelompok orang yang mempunyai keutamaan yang melarang (berbuat) kerusakan di bumi, kecuali sebagian kecil, yaitu orang yang telah Kami selamatkan di antara mereka? Orang-orang yang zalim hanya mementingkan kenikmatan dan kemewahan dan mereka adalah orang-orang yang berdosa.⁴⁴

QS. AL-Hijr (15) : 3

ذَرُّهُمْ يَأْكُلُوا وَيَتَمَتَّعُوا وَيُلْهَهُمُ الْأَمَلُ فَسَوْفَ يَعْلَمُونَ

3. Biarkanlah mereka (di dunia ini) makan, bersenang-senang, dan dilalaikan oleh angan-angan (kosong). Kelak mereka akan mengetahui (akibat perbuatannya).⁴⁵

Menurut penjelasan Tafsir Al-Maraghi, ayat ini menegaskan agar manusia tidak bersifat berlebihan dan tidak memanfaatkan apa yang telah gegeben dengan sia-sia. Islam mengatur segala kegiatan manusia berdasarkan prinsip manfaat, bukan kekacauan. Bekerja dengan baik, mengonsumsi yang halal, dan berperilaku moderat merupakan ajaran utama Islam. Sebagai makhluk yang cenderung tidak bersyukur, manusia perlu

⁴⁴ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 'Qur'an Kemenag in Microsoft Word'.

⁴⁵ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 'Qur'an Kemenag in Microsoft Word'.

introspeksi diri. Sudah seharusnya seorang muslim selalu mensyukuri apa yang telah diberikan Allah SWT, baik kekayaan, jabatan, maupun rezeki lainnya.⁴⁶

2. Indikator Gaya Hidup Hedonis

Reynold & Draden mengatakan bahwa gaya hidup hedonis memiliki 3 aspek, di antaranya yaitu:

- a) Aktivitas (*Activities*), Aktivitas merupakan bagaimana seorang individu mengalokasikan waktunya, yang tercermin dari tindakan nyata dan langsung yang dilakukannya.
- b) Minat (*Interest*), Minat merupakan sebagai suatu bentuk ketertarikan intrinsik yang timbul dari dalam diri seseorang terhadap berbagai elemen di lingkungan sekitarnya. Ketertarikan ini mendorong individu untuk secara sukarela memperhatikan dan berpartisipasi dalam hal-hal tersebut.
- c) Opini (*Opinion*), Opini merupakan perspektif atau tanggapan yang diungkapkan oleh individu, baik secara lisan maupun tulisan, sebagai reaksi terhadap suatu situasi, pernyataan, atau isu sosial. Respons ini mencakup pandangan tentang diri mereka sendiri serta hal-hal yang

⁴⁶ Sabilla Ainun Nissa, Faridah, and Murdianto, 'Konsep Hedonisme Dalam Al-Qur ' an Perspektif Tafsir', 5.2 (2024).

mereka anggap berkontribusi terhadap kebahagiaan hidup.⁴⁷

Ketiga dimensi inilah yang kemudian menjadi indikator gaya hidup hedonis yang dinamakan dengan teori AIO (Activity, Interest, dan Opinion).⁴⁸

D. Kontrol Diri

1. Definisi Kontrol Diri

Pengertian kontrol diri adalah kemampuan untuk membimbing tingkah lakunya sendiri; kemampuan untuk menekan atau merintangangi impuls-impuls atau tingkah laku yang impulsif. Kontrol diri didefinisikan Roberts dalam Ghufuron sebagai suatu jalinan yang secara utuh atau terintegrasi antara individu dengan lingkungannya. Individu yang memiliki kontrol diri tinggi berusaha menemukan dan menerapkan cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi.

Kontrol diri mempengaruhi individu untuk mengubah perilakunya sesuai dengan situasi sosial sehingga dapat mengatur kesan lebih responsif terhadap petunjuk situasional, fleksibel, dan bersikap hangat serta terbuka.⁴⁹ Kontrol diri, di sisi lain,

⁴⁷ Sumantri And Kurniawati, 'PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA INDIVIDU DEWASA AWAL'.

⁴⁸ Salma Egita Fitri Subagyo and Jojok Dwiridotjahjono, 'Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Mojokerto', *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14.1 (2021), pp. 26–39, doi:10.51903/e-bisnis.v14i1.342.

⁴⁹ Taufiqur Ramadhana, Muhammad Lathief Ilhamy, And Tri Inda Fadhila Rahma, 'Pengaruh E-Money Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2017 Universitas Islam

didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghentikan kesenangan naluriah langsung serta keputusan untuk mencapai tujuan masa depan yang biasanya dinilai secara social.⁵⁰

Pengaruh dari kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sendiri menurut Rahayu kontrol diri berdampak besar kepada perilaku konsumtif, karena jika kontrol diri seorang individu lumayan tinggi maka sulit untuk dipengaruhi dan terhasut oleh faktor internal maupun eksternal untuk melakukan sesuatu hal yang tidak memiliki tujuan dan manfaat yang jelas termasuk salah satunya ialah perilaku konsumtif. Dalam melewati atau mengecilkan kemungkinan terjadinya perilaku konsumtif maka dibutuhkan kontrol diri untuk memilah stimulus dengan kebutuhan diri.⁵¹ Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam memiliki kepekaan dalam membaca berbagai situasi diri dan lingkungan serta kemampuan untuk mengontrol dan mengelola perilaku sesuai dengan situasi yang dihadapi dan dapat menjadi acuan ketika bertindak.⁵²

Negeri Sumatera Utara', *Journal Of Manangement, Economic And Accounting (JMEA)*, 1.1 (2022), Pp. 33–48.

⁵⁰ Ma, Bandar, And Kadir, 'Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal Yang Statusnya Sudah Bekerja'.

⁵¹ Muhammad, 'Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Unesa 2018'.

⁵² Rika Aulia Sari, 'Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal', *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7.1 (2019), Pp. 37–46, Doi:10.30872/Psikoborneo.V7i1.4704.

Dengan memiliki kontrol diri yang baik individu mampu mengarahkan dirinya dalam membuat keputusan yang menghasilkan konsekuensi positif. Selain itu, individu dengan kontrol diri tinggi memedulikan cara yang benar dalam berperilaku di berbagai macam situasi. Perilakunya pun responsif akan situasi disekitarnya, fleksibel, berupaya memudahkan interaksi, memiliki sikap hangat dan terbuka. Perilaku kontrol diri yang baik inilah dapat mengarahkan dan mengendalikan diri individu untuk berperilaku positif.⁵³ Dalam konteks konsumtif, kemampuan ini berperan penting untuk membimbing seseorang berperilaku positif, seperti mengalokasikan dana untuk barang atau jasa yang benar-benar diperlukan. Lebih jauh, individu yang memiliki pengendalian diri tinggi pada umumnya mampu menyesuaikan perilakunya dengan norma sosial, tradisi, serta nilai-nilai keagamaan yang dianut oleh komunitasnya.⁵⁴

Setiap individu memiliki mekanisme internal yang membantunya mengelola dan mengarahkan tindakan sehari-hari, yang dikenal sebagai pengendalian diri. Kemampuan ini mencakup kapasitas untuk mengontrol, memimpin, memotivasi, dan menyelaraskan tingkah laku demi mencapai tujuan yang bermanfaat.

⁵³ Bella Indi Rahmawati Hafid And Yohana Wuri Satwika, 'Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Nctzen Dewasa Awal Di Tangerang', *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4.4 (2024), Pp. 5085–103.

⁵⁴ Prihastutik and Fahmawati, 'The Influence of Hedonic Lifestyle and Self-Control on Consumptive Purchasing Behavior of NCT Fans in Indonesia'.

Dalam pandangan Islam, prinsip serupa disebut *mujahadah an-nafs*, yaitu proses perjuangan batin melawan godaan hawa nafsu dalam diri sendiri. Konsep ini berakar pada sebuah riwayat tentang seorang sahabat yang menemui Nabi Muhammad shallahu 'alayhi wasallam sepulang dari Perang Badar, dengan pertanyaan,

*"Wahai Rasul, apakah masih ada pertarungan yang lebih berat dari pertarungan di medan Badar ini?" Rasulullah menjawab, "Melawan hawa nafsu."*⁵⁵

Dan di dalam Al-Qur'an juga dijelaskan pada :

QS. AL-Anfal (8) : 27

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

27. Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui.⁵⁶

Allah mengajak kaum Muslimin untuk tidak menghidupkan kembali kepercayaan yang telah diberikan oleh-NYA, kepada Nabi Muhammad, serta terhadap tanggung jawab yang telah dibebankan. Pengkhianatan terhadap amanat menunjukkan rendahnya kemampuan seseorang dalam

⁵⁵ Purtojo, 'Kendali Diri Menuju Ridha Ilahi', Program Studi Teknik Mesin Universitas Islam Indonesia, 2025 <<https://mechanical.uui.ac.id/kendali-diri-menuju-ridha-ilahi/>>.

⁵⁶ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 'Qur'an Kemenag in Microsoft Word'.

mengendalikan dirinya sendiri, sehingga ia berani melanggar segala sesuatu yang telah dipercayakan kepadanya.

Jadi, inti dari konsep pengendalian diri dalam ayat ini adalah mempertahankan kepercayaan dan tanggung jawab yang telah diamanatkan, serta menghindari sikap-sikap pengkhianatan.⁵⁷

2. Indikator Kontrol Diri

Fromm mengidentifikasi tiga aspek fundamental dalam kontrol diri, yang terdiri dari kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan.

1. Kontrol Perilaku

Aspek ini merujuk pada kapasitas individu untuk mengatur dan mengendalikan tindakan atau reaksinya ketika menghadapi situasi yang tidak menyenangkan atau penuh tekanan.

2. Kontrol Kognitif

Aspek ini merupakan kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan atau menimbulkan stres melalui serangkaian proses mental. Proses ini meliputi menilai, menginterpretasi, dan mengintegrasikan suatu peristiwa ke dalam kerangka pikirnya sebagai suatu bentuk adaptasi psikologis.

⁵⁷ Siti Maftuhah and Irman, 'KONSEP SELF CONTROL DALAM PERSPEKTI AL QUR ' AN', no. 07 (2023), pp. 437–43, doi:<http://dx.doi.org/10.24127/att.v6521a2366>.

3. Kontrol Keputusan

Aspek ini adalah kemampuan individu untuk mengambil suatu tindakan dan menentukan pilihan berdasarkan keyakinan atau nilai-nilai pribadi yang dipegang teguhnya.

Secara keseluruhan, kontrol diri memainkan peran yang krusial dalam proses pengambilan keputusan. Kemampuan ini memungkinkan individu untuk memilih dengan lebih baik, baik ketika dihadapkan pada berbagai peluang maupun dalam menggunakan kebebasannya untuk mengevaluasi berbagai alternatif tindakan.⁵⁸

E. Lingkungan Teman Sebaya

1. Definisi Lingkungan Teman Sebaya

Menurut Santrock teman sebaya adalah sekelompok individu yang memiliki tingkat usia atau tingkat kedewasaan yang sama. Sejalan dengan pemikiran Tirtarahardja & Sula bahwa teman sebaya merupakan suatu kumpulan dari orang-orang yang memiliki kesamaan usianya.⁵⁹ Lingkungan teman sebaya merupakan sebuah lingkup sosial yang memiliki karakteristik, norma, aturan, serta budaya yang berbeda dari

⁵⁸ Dewi Arum & Riza Noviana Khoirunnisa, 'HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI PSIKOLOGI PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE Riza Noviana Khoirunnisa Abstrak', *Jurnal Penelitian Psikologi Perilaku*, 8.9 (2021), p. 95.

⁵⁹ Danurahman, Sumiati, And Zulaihati, 'Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Dan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa'.

lingkungan keluarga. Bagi Generasi Z, lingkungan ini berfungsi sebagai ruang untuk berinteraksi dan menjalani kehidupan bersama dengan individu lain di luar lingkup keluarganya. Dalam proses pergaulan tersebut, Generasi Z kerap berinteraksi secara intens dengan teman-teman sebayanya. Berbagai interaksi ini memberikan dampak yang signifikan baik yang bersifat positif maupun negatif salah satunya yaitu dalam membentuk perilaku konsumtif.⁶⁰

Murisal menyimpulkan bahwa untuk menghindari penolakan teman sebaya, maka Generasi Z cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima baik di dalam kelompok sebaya. Salah satunya adalah dengan mengikuti pola hidup konsumtif dari kelompok teman sebaya.⁶¹

Islam mengakui bahwa manusia sangat mudah terpengaruh oleh lingkungannya. Oleh karena itu, ajaran Islam amat menekankan pentingnya memilih teman yang shaleh dan menjauhi teman yang dapat menjerumuskan ke dalam kejahatan. Terdapat banyak hadits dan ayat-ayat al-qur'an yang membahas tentang pertemanan, salah satunya adalah hadits yang diriwayatkan oleh :

⁶⁰ Wihelmina Yubilia Maris and Agung Listiadi, 'Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Intervening', *Akuntabel*, 18.3 (2021), pp. 574–84 <<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/9678>>.

⁶¹ Nurita Dewi, Rusdarti, And St. Sunarto, 'Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *Journal Of Economic Education*, 6.1 (2017), Pp. 29–35 <[Http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Jeec](http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Jeec)>.

Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Al ‘Ala’ telah menceritakan kepada kami Abu Usamah dari Buraidd dari Abu Burdah dari Abu Musa radliallahu ‘anhu, dari Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam beliau bersabda:

"Perumpamaan teman yang shalih dengan teman yang buruk bagaikan penjual minyak wangi dengan pandai besi, bisa jadi penjual minyak wangi itu akan menghadiahkan kepadamu atau kamu membeli darinya atau kamu akan mendapatkan bau wanginya sedangkan pandai besi hanya akan membakar bajumu atau kamu akan mendapatkan bau tidak sedapnya." (HR. Bukhari no 5108).⁶²

Lalu, di dalam alqur’an dijelaskan pada :
QS. AL-Furqan (25) : 27

وَيَوْمَ يَعْصُ الظَّالِمُ عَلَى يَدَيْهِ يَقُولُ لَيْتَنِي اتَّخَذْتُ مَعَ الرَّسُولِ سَبِيلًا

27. (Ingatlah) hari (ketika) orang zalim menggigit kedua tangannya seraya berkata, “Oh, seandainya (dahulu) aku mengambil jalan bersama rasul.”⁶³

Turunnya ayat itu di angkat dari kisah Uqbah bin Abu Mu'aith, seorang pemuka Quraisy yang semula dekat dengan

⁶² Siti Halimah, Syabuddin Gade, and Sri Suyanta, ‘Pengaruh Teman Terhadap Pergaulan Menurut Perspektif Islam Dengan Judul “ Peran Teman Sebaya Dalam Membentuk Kepribadian Islam Pada Masa Dewasa Muda “ Pergaulan Bebas Remaja Era Millenial Menurut Perspektif Pendidikan Agama Islam ”. Dalam’, 5.2 (2025), pp. 12955–66.

⁶³ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, ‘Qur’an Kemenag in Microsoft Word’.

Nabi Muhammad SAW lalu memeluk Islam. Seusai bertemu Ubayyu bin Khalaf teman lamanya yang membenci Nabi Uqbah tidak mampu bertahan terhadap godaan dan mengancam Nabi dengan mencela serta meludahi wajah-Nya. Meskipun menyesal kemudian, penyesalannya sudah terlanjur dan Uqbah tak pernah lagi menempuh jalan kebenaran hingga akhir hayatnya. Pelarangan seorang yang dzalim sebagaimana dijelaskan Al-Quran harus menjadi ajakan bagi kita semua, betapa pentingnya memiliki teman-teman yang sepemikiran dan memiliki arti yang sama, khususnya dalam perjalanan panjang menggapai kebahagiaan akhirat.⁶⁴

Pengaruh teman sebaya dapat berdampak positif atau merugikan pada perilaku yang berkaitan dengan pengelolaan uang. Pengaruh positif dari teman sebaya akan merasa lebih mudah untuk mengatur dan menggunakan praktik pengelolaan uang yang sesuai. Menurut Turcinkova & Moisisdis mengemukakan bahwa pergaulan teman sebaya memiliki peran dalam mempengaruhi sikap dan perilaku anggota, termasuk perilaku pembelian atau perilaku konsumtif.⁶⁵

⁶⁴ Mida Hardianti, 'Bagaimana Anjuran Al-Quran Dalam Memilih Teman?', *Tafsiralquran.Id*, 2021 <<https://tafsiralquran.id/pentingnya-memilih-teman-dalam-bergaul-tafsir-surah-al-furqan-ayat-27-28/>>.

⁶⁵ Bado, Hasan, And Isma, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Locus Of Control Sebagai Variabel Intervening'.

2. Indikator Lingkungan Teman Sebaya

Berdasarkan pendapat Desmita, lingkungan teman sebaya memiliki beberapa indikator, yang meliputi:

1. Kualitas Hubungan Sosial

Merupakan pola interaksi dan relasi yang dibangun individu dengan anggota kelompok sebaya dalam lingkungan sosialnya.

2. Intensitas Partisipasi dalam Interaksi

Mengacu pada sejauh mana keterlibatan aktif seseorang dalam berbagai kegiatan dan komunikasi bersama teman sebaya.

3. Dukungan Sosial dari Teman Sebaya

Mencakup adanya bantuan, penerimaan, dan dorongan yang diberikan oleh anggota kelompok sebaya terhadap individu.

Indikator-indikator tersebut merepresentasikan peran lingkungan teman sebaya dalam membentuk pengalaman sosial individu.⁶⁶

Hubungan teman sebaya yang tidak terkendali akan berdampak negatif pada seseorang, terkadang menyebabkan pengeluaran yang tidak terkontrol atau konsumsi yang berlebihan.. Teman sebaya terlibat dalam pengambilan keputusan saat terlibat dalam pengelolaan uang. Individu harus dapat

⁶⁶ Maris and Listiadi, 'Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Intervening'.

memiliki pengaruh positif pada perilaku teman sebaya dan satu sama lain untuk mampu mengembangkan dirinya dengan baik. Pengaruh teman sebaya dapat berdampak positif atau merugikan pada perilaku yang berkaitan dengan pengelolaan uang. Pengaruh positif dari teman sebaya akan merasa lebih mudah untuk mengatur dan menggunakan praktik pengelolaan uang yang sesuai.

Menurut Turcinkova & Moisisidis mengemukakan bahwa pergaulan teman sebaya memiliki peran dalam mempengaruhi sikap dan perilaku anggota, termasuk perilaku pembelian atau perilaku konsumtif.⁶⁷

F. Era digital dan perilaku konsumen

Di era digital ini, cara konsumen berinteraksi dengan merek dan melakukan pembelian telah berubah secara fundamental. Teknologi informasi yang kian merasuk dalam keseharian memungkinkan akses yang hampir tanpa batas terhadap informasi produk, ulasan dari sesama konsumen, dan beragam pilihan merek. Kemudahan ini hadir melalui beragam saluran daring seperti media sosial, situs web, dan platform e-commerce, yang membentuk pola perilaku konsumen yang baru.⁶⁸

⁶⁷ Bado, Hasan, And Isma, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Locus Of Control Sebagai Variabel Intervening'.

⁶⁸ Erislan, 'Analysis of Marketing Management Strategies in Facing Dynamic Consumer Behavior in the Digital Era Erislan', *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12.1 (2024), pp. 365–72, doi:10.37641/jimkes.v11i2.1750.

Perkembangan ekonomi digital mendorong perubahan dalam model bisnis tradisional, meningkatkan akses pasar bagi pelaku usaha kecil maupun besar, serta menciptakan peluang baru melalui platform digital yang menghubungkan konsumen dengan penyedia layanan secara lebih cepat dan efisien. Namun, ekonomi digital juga menghadirkan tantangan seperti kesenjangan akses teknologi, isu privasi data, serta regulasi yang harus disesuaikan dengan perkembangan pesat dalam ekosistem digital.

Di era digital, perilaku konsumsi mengalami perubahan drastis akibat meningkatnya akses terhadap informasi, personalisasi layanan, serta kemudahan bertransaksi melalui platform daring. Konsumen kini cenderung lebih selektif dalam memilih produk, mengandalkan ulasan dan rekomendasi dari media sosial, serta semakin mengutamakan kenyamanan melalui fitur-fitur seperti layanan pesan-antar dan metode pembayaran tanpa kontak.

Namun, digitalisasi juga mendorong perilaku konsumtif dan impulsif, terutama dengan maraknya strategi pemasaran berbasis algoritma yang menargetkan konsumen secara spesifik berdasarkan preferensi dan riwayat pencarian mereka.⁶⁹ Perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z dalam aktivitas berbelanja dilatarbelakangi oleh sejumlah faktor pendorong.

⁶⁹ Jeffriansyah Dwi Sahputra Amory, Muhtar Mudo, And Rhena J, 'Transformasi Ekonomi Digital Dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja Di Era Internet', *Jurnal Minfo Polgan*, 14.1 (2025), Pp. 28–37, Doi:10.33395/Jmp.V14i1.14608.

Faktor-faktor tersebut antara lain adalah keinginan untuk memelihara penampilan personal, adanya penawaran diskon, tren fashion yang terus bergulir, paparan iklan, serta adopsi gaya hidup hedonistik yang ditandai dengan ketertarikan pada produk-produk bermerek dan kecenderungan untuk berbelanja secara berlebihan guna menaikkan prestise di mata sosial.⁷⁰

G. Kerangka Berpikir Penelitian

Menurut Uma Sekaran dalam bukunya *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, kerangka berpikir (kerangka konseptual) didefinisikan sebagai model konseptual yang secara sistematis menjelaskan hubungan teoritis antar variabel independen (yang mempengaruhi atau menjadi penyebab) dan variabel dependen (yang mempengaruhi atau menjadi akibat), terutama dalam penelitian yang melibatkan dua variabel atau lebih yang dirumuskan sebagai hipotesis komparasi (untuk membandingkan kelompok) atau hubungan asosiatif (untuk menguji korelasi atau kausalitas). Kerangka ini berfungsi sebagai “peta jalan” penelitian yang mengintegrasikan teori-teori yang relevan dari literatur sebelumnya, membantu peneliti mengidentifikasi variabel kunci, memprediksi pola hubungan,

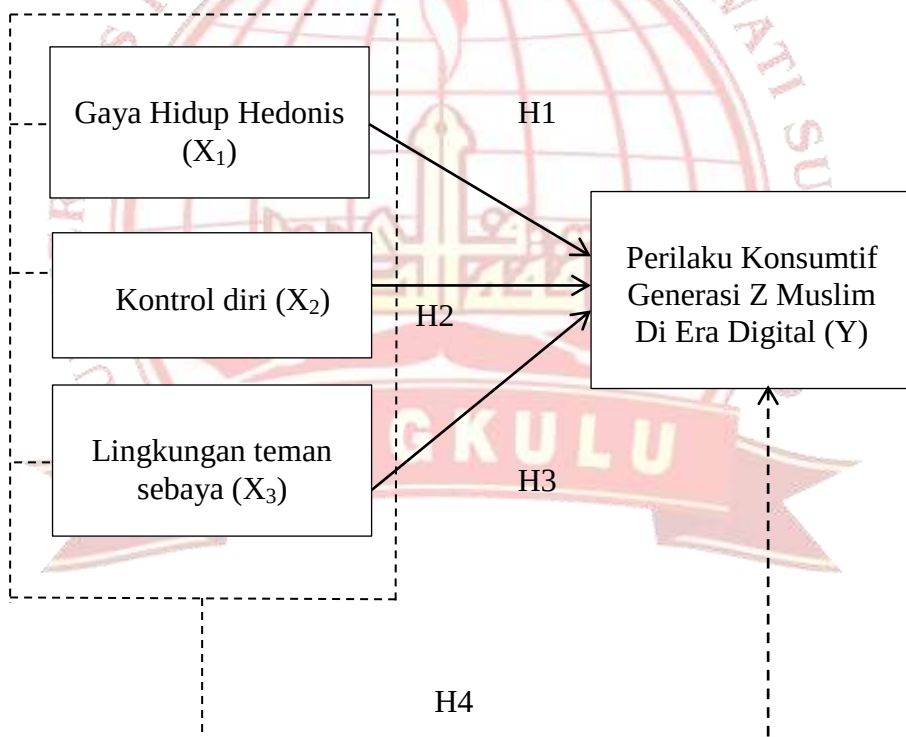
⁷⁰ Hafsyah Afra Nadhifah, Muhammad Arif Budiman Sucipto, and Hanung Sudibyo, ‘Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pancasakti’, *Jurnal Fokus Konseling*, 10.1 (2024), pp. 17–27 <<https://doi.org/10.52657/jfk.v10i1.2195>>.

dan membatasi ruang lingkup studi agar tetap fokus serta dapat diuji secara empiris.⁷¹

Pada penelitian ini, perilaku konsumtif Gen Z Muslim di era digital dipengaruhi faktor internal (gaya hidup hedonis sebagai pendorong, kontrol diri sebagai pengontrol) dan eksternal (pengaruh teman sebaya melalui interaksi langsung/media sosial).

Dengan demikian berikut dapat digambarkan kerangka berfikir pada penelitian ini :

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir Penelitian

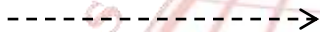


⁷¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.

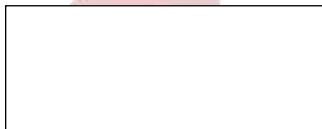
Keterangan :



: Garis panah lurus melambangkan pengaruh parsial (efek secara terpisah atau sendiri-sendiri) dari satu variabel terhadap variabel lainnya. X1 Gaya Hidup Hedonis, X2 Kontrol Diri, X3 Lingkungan Teman Sebaya berpengaruh terhadap Y Perilaku Konsumtif.



: Garis putus-putus yang mengelilingi tiga variabel independen menunjukkan ketiganya diuji secara serentak sebagai satu kesatuan terhadap variabel dependen. X1 Gaya Hidup Hedonis, X2 Kontrol Diri, X3 Lingkungan Teman Sebaya berpengaruh terhadap Y Perilaku Konsumtif.



: Simbol kotak secara khusus melambangkan variabel-variabel yang menjadi fokus utama penelitian. Memberikan keterangan variabel X dan Y, dimana X1 Gaya Hidup Hedonis, X2 Kontrol Diri,

X3 Lingkungan Teman Sebaya, dan
Y Perilaku Konsumtif.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, yang telah dirumuskan dalam bentuk kalimat tanya. Disebut sementara karena penjelasannya masih bersumber dari teori-teori terkait, bukan dari fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesis juga bisa didefinisikan sebagai tanggapan teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, bukan tanggapan yang bersifat empiris.⁷²

1. Gaya Hidup Hedonis

- a. Ho1 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.
- b. Ha1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.

2. Kontrol Diri

- a. Ho2 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.

⁷² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.

- b. Ha2 : Terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.
3. Lingkungan Teman Sebaya
- a. Ho3 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.
 - b. Ha3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.
4. Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri, Lingkungan Teman Sebaya.
- a. Ho4 : Tidak terdapat pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri, dan Lingkungan Teman Sebaya yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.
 - b. Ha4 : Terdapat pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri, dan Lingkungan Teman Sebaya yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.