

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif. Dasar pengambilan keputusan dari hasil pengujian uji t diperoleh Nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. Terdapat pengaruh Fomo terhadap perilaku konsumtif. Dasar pengambilan keputusan dari hasil pengujian uji t diperoleh Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel fomo berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumti.
3. Terdapat pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap perilaku konsumtif. Dasar pengambilan keputusan dari hasil pengujian uji t diperoleh Nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel media sosial tiktok berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4. Terdapat pengaruh gaya hidup, fomo dan media sosial tiktok terhadap perilaku konsumtif. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan hasil uji F yang disajikan pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 37,294 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut berada di bawah batas 0,05, sehingga model regresi dapat dinyatakan signifikan secara simultan, artinya variabel gaya hidup, FOMO, dan media sosial TikTok memiliki pengaruh bersama yang kuat terhadap perilaku konsumtif.
5. Dalam perspektif ekonomi syariah, perilaku konsumtif tidak sesuai dengan prinsip konsumsi islam karena dapat mengarah pada sikap *israf* (berlebih-lebihan) dan *tabzir* (pemborosan). Islam mengajarkan bahwa konsumsi harus dilakukan secara seimbang, berdasarkan kebutuhan, serta memperhatikan nilai kemaslahatan. Karena itu, mahasiswa diharapkan mampu bijak dalam menggunakan harta, dapat mengendalikan diri terhadap pengaruh tren dan media sosial, dan menerapkan pola konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai ekonomi syariah.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa UINFAS Bengkulu, mahasiswa diharapkan meningkatkan literasi keuangan syariah dan kontrol diri dalam mengelola konsumsi, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh gaya hidup berlebihan, FOMO, maupun konten promosi di TikTok, serta mampu menerapkan prinsip konsumsi Islami dalam kehidupan

sehari-hari.

2. Bagi Pihak Kampus UINFAS Bengkulu, disarankan memperkuat edukasi literasi keuangan dan ekonomi syariah melalui mata kuliah, seminar, atau pelatihan agar mahasiswa memiliki kemampuan berpikir kritis terhadap informasi digital dan pola konsumsi.
3. Bagi Pengguna dan Kreator Konten TikTok, Pengguna dan kreator konten diharapkan lebih bijak dalam menyajikan dan menyikapi konten promosi agar tidak mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan di kalangan mahasiswa.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti religiusitas atau kontrol diri, baik sebagai variabel independen maupun moderasi, serta memperluas objek penelitian agar hasilnya lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhamad Nur Fani, and Imam Sukwatus Suja'i. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif." *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan* 8.2 (2022): 72–84.
- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50.2 (1991).
- AL-Oudat, Mohammad, and Ahmad Mousa Altamimi. "Factors Influencing Behavior Intentions to Use Virtual Reality in Education." *International Journal of Data and Network Science* 6.3 (2022), 733–42.
- Alutaybi, Aarif, Dena Al-Thani, John McAlaney, and Raian Ali. "Combating Fear of Missing out (Fomo) on Social Media: The Fomo-r Method." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17.17 (2020), 1–28.
- Amalliya, Amanda, Dinda Putri Mugiani, and Achmad Faqihuddin. "The Impact of Accessing the TikTok Shop on Student Consumptive Behavior and Views According to Islam Dampak Mengakses TikTok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dan Pandangannya Menurut Islam The Impact of Accessing the TikTok Shop on Student Consu." *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara* 1.5 (2024).
- Amri, Ary Dean, Allif Al Fattahillah, Chealsy Amanda, Hadiah Tri Marlia Putri, Nurul Adila, and Pandu Syahrez Alkautsar. "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23, no. 1 (2023). 20-27.
- Amsari, Syahrul, Isnaini Harahap, and Zuhri M Nawawi. "Transformasi Paradigma Pembangunan Ekonomi: Membangun Masa Depan Berkelanjutan Melalui Perspektif Ekonomi Syariah." *Ekonomis: Journal of Economics and*

Business 8.1 (2024): 17-29.

Anatasya, Putri Syifa, Alifa Rizki Putri, Siti Kholifah, Devi Tiara Oktavia, Dila Dwi Febriani, and Bima Cinintya Pratama. "The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, and Self-Control on Student Consumptive Behavior." *Asian Journal of Economics, Business and Accounting* 24.9 (2024): 135–45.

Anggraini, Tika Septi, Nurul Hak, Herlina Yustati, Univeristas Islam, Negeri Fatmawati, and Sukarno Bengkulu. "Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi, Iklan, Kontrol Diri Dan Fomoterhadap Pembelian Impulsif Pada Gen Z." *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)* 5.1 (2025), 41–59.

Assael, Henry. *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6th Edition. Cincinnati: South-Western College Publishing, 2021.

Barry, Christopher T., and Megan Y. Wong. "Fear of Missing out (FoMO): A Generational Phenomenon or an Individual Difference?" *Journal of Social and Personal Relationships* 37.12 (2020), 2952–66.

Brailovskaia, Julia, and Jürgen Margraf. "From Fear of Missing out (FoMO) to Addictive Social Media Use: The Role of Social Media Flow and Mindfulness." *Computers in Human Behavior* 1.50 (2024), 107-984.

Canio, Francesca De, and Maria Fuentes-Blasco. "I Need to Touch It to Buy It! How Haptic Information Influences Consumer Shopping Behavior across Channels." *Journal of Retailing and Consumer Services* 6.1 (2021): 102-569.

Chan, Steven S., Michelle Van Solt, Ryan E. Cruz, Matthew Philp, Shalini Bahl, Nuket Serin, Nelson Borges Amaral, et al. "Social Media and Mindfulness: From the Fear of Missing Out." *Journal of Consumer Affairs* 56.3 (2022), 1312–31.

Degenstein, Lauren M., Rachel H. McQueen, Lisa S. McNeill, Robert P. Hamlin, Sarah J. Wakes, and Linda A. Dunn. "Impact of Physical Condition on Disposal and End-of-life Extension of Clothing." *International Journal of Consumer Studies* 44.6 (2020): 586–96.

- Fadhilah, Nur. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Journal of Business & Applied Management* 16.2 (2023), 141.
- Flecha Ortiz, José A., María Santos Corrada, Stephanie Perez, Virgin Dones, and Luis H. Rodriguez. "Exploring the Influence of Uncontrolled Social Media Use, Fear of Missing out, Fear of Better Options, and Fear of Doing Anything on Consumer Purchase Intent." *International Journal of Consumer Studies* 48.1 (2024).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019.
- Halbac-Cotoara-Zamfir, Rares, Sirio Cividino, Gianluca Egidi, Rosanna Salvia, and Luca Salvati. "Rapiditity of Change in Population Age Structures: A Local Approach Based on Multiway Factor Analysis." *Sustainability* 12.7 (2020), 28.
- Haram, beny pasaribu aty herawati kabul wahyu utomo r izqon halal syah aji. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisni*. Banten: Media Edu Pustaka, 2022.
- Istiqomah, Evi Fadhilatul, and Amin Wahyudi. "The Impact of FOMO on The Hedonism Attitude of Generation Z In Islamic Consumption Behavior." *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 16.2 (2024), 178–92.
- Jabeen, Fauzia, Anushree Tandon, Juthamon Sithipolvanichgul, Shalini Srivastava, and Amandeep Dhir. "Social Media-Induced Fear of Missing out (FoMO) and Social Media Fatigue: The Role of Narcissism, Comparison and Disclosure." *Journal of Business Research* 1,59 (2023), 11-36.
- James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen, Edisi Keenam*. Jakarta: Binarupa Aksara, 2021.
- Leo, Sutanto. *Kiat Jitu Menulis Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*. Jakarta: Erlangga, 2019.

- Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. *Consumer Behavior*, 7th Edition. New Jersey: Prentice Hall, 2019.
- Salleh, Mohamad, Sallehatul Asfiah, Shafi Mohamad, Jasminder Singh Kerta Singh, Mohd Hafiz Bin Ariffin, and Gaayethry Gunaseelan. "The Relationship of Consumer Trust and Influencer Credibility towards Online Purchasing Decision." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 15.7 (2025), 197–213.
- Muhammad Mudasir, Atif. "Scrolling Towards Stress: The Negative Influence of Mobile Reels on Hypertensive Health." *Journal of Community Medicine and Health Solutions* 6.1 (2025), 048–049.
- Mulyani, Yani Sri, Taufik Wibisono, and Agung Baitul Hikmah. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi." *Hospitality* 11.1 (2022), 291–96.
- Ayu, Nadia Putri, Desy Safitri, and Sujarwo. "Hubungan Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa." *Mutiara: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 3.2 (2025): 1–18.
- Nam, Su- Jung, and Hyesun Hwang. "Consumers' Needs for Public Education and Corporate Participation Regarding Child Internet Addiction: Based on the Risk Perception Attitude Framework." *Journal of Consumer Affairs* 53.3 (2019): 1220–33.
- Nikitin, Jana, and Alexandra M. Freund. "Individual Differences in Habitual Social Goals and Daily Well-Being: The Role of Age and Relationship Closeness." *European Journal of Personality* 33.3 (2019): 337–58.
- Nopiyanti, Jamaludin Jamaludin, and Lilis D. Hadaliah. "Analisis Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Untuk Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Perspektif Ekonomi Islam." *ANTARADHIN: Jurnal Ekonomi Syariah Kontemporer* 5.1 (2024): 1–9.

- Novita, Nanda Ayu, Selvi Oktianingrum, and Vicky F Sanjaya. "Pengaruh Digitalisasi Pemasaran (Pemasaran Online) Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Pada Perspektif Ekonomi Syariah Di Kota Bandar Lampung." *Al-Dzahab* 3.1 (2022), 1–9.
- Nurul Huda, Mustafa Edwin Nasution. *Investasi Pada Pasar Modal Syariah. Kencana*. Jakarta, 2021.
- Nuryadi, Astuti. *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Sibuku Media, 2017.
- Orth, Ulrich R., Kristina Nickel, Rebekka Böhm, and Katharina Röwe. "Agreement by Design: The Effect of Visual Harmony on Responses to Surveys." *Journal of Consumer Behaviour* 19.2 (2020), 196–207.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga, 2019.
- Rajesh, Thipparapu, and B. Rangaiah. "Relationship between Personality Traits and Facebook Addiction: A Meta-Analysis." *Heliyon* 8.8 (2022), 13-15.
- Ramdani, Nurin Salma, Hafsah Nugraha, and Angga Hadiapurwa. "Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring." *Akademika* 10.02 (2021), 425–36.
- Rasyad Al Fajar, Muhammad, and Ifantri Ifantri. "Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah." *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 4.1 (2021), 77–95.
- Rengarajan, Srinath, Roger Moser, and Gopalakrishnan Narayanamurthy. "Strategy Tools in Dynamic Environments – An Expert-Panel Study." *Technological Forecasting and Social Change* 1.65 (2021), 120-560.
- Riduwan. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014.
- Rifkhan. *Pedoman Metodologi Penelitian Data PAnel Dan Kuesioner*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2023.

- Roberts, James A., and Meredith E. David. "The Social Media Party: Fear of Missing Out (FoMO), Social Media Intensity, Connection, and Well-Being." *International Journal of Human-Computer Interaction* 36.4 (2020), 386–92.
- Sugiyono. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2022.
- Sugiyono, D. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, 2022.
- Sukirman, Deden, and Wandy Zulkarnaen. "Manajemen Pariwisata Halal Dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen* 3.1 (2022), 36–47.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011.
- Sumadi, Abdul Haris Romdhoni, and Fatakhurohim. "Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Boyolali)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8.02 (2022), 2195–2201.
- Sumartono. *Perilaku Konsumtif Masyarakat Perkotaan: Suatu Kajian Psikologi Sosia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2021.
- Suryani, Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif : Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Szász-Janocha, Carolin, Michaela Magann, Hannah Gold, Katajun Lindenberg, Paul Delfabbro, and Daniel L. King. "Problem Gaming-Related Harm Experienced by Partners and Parents of Individuals with Gaming Problems and Their Help-Seeking Experiences." *Journal of Behavioral Addictions* 12.1 (2023), 137–47.
- Teng, Ching-I. "How Can Avatar's Item Customizability Impact Gamer Loyalty?" *Telematics and Informatics* 62.2 (2021): 101-626.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Teasis Bisnis, Edisi II*. Jakarta: Rajawali Pers, 2021.

- Usman, Citra Imelda, Kintan Adaira, and Mori Dianto. "The Influence of Lifestyle on the Consumptive Behavior of Students of the Guidance and Counseling Study Program, PGRI University of West Sumatra." *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Borneo* 6.2 (2024), 19–24.
- Verkijika, Silas Formunyuy. "An Affective Response Model for Understanding the Acceptance of Mobile Payment Systems." *Electronic Commerce Research and Applications* 39.6 (2020), 100-905.
- Vörös, Zsófia, Zoltán Szabó, Dániel Kehl, Olivér Béla Kovács, Tamás Papp, and Zoltán Schepp. "The Forms of Financial Literacy Overconfidence and Their Role in Financial Well-being." *International Journal of Consumer Studies* 45.6 (2021), 1292–1308.
- Wardani, Laila Meiliyandrie Indah, Ritia Anggadita. *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Jakarta Barat: Penerbit NEM, 2022.
- Wibowo, Tony, and Yudi. "Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital : Studi Kasus Kota Batam." *Conference on Business, Social Sciences and Technology* 1,1 (2021), 662–69.
- Wirasukessa, Kadek, and I Gede Sanica. "Fear Of Missing Out Dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7.1 (2023), 156–75.
- Wulansari. *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Felicha, 2017.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media, 2021.
<https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ>.
- Zahra, Dhea Raudyatuz, and Pandji Anoraga. "The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior." *Journal of Asian Finance*,

Economics and Business 8.2 (2021), 1033–41.

zahwa, alya, and Alya Zahwa. “The Impact of Influencer Marketing on Consumer Behavior in the Digital Age.” *SSRN Electronic Journal* 2.1 (2025).

Zulfikar. *Pengantar Pasar Modal Dan Pendekatan Statistika*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2016.

