

**PENGARUH KONSEP DIRI, GAYA HIDUP
DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA MUSLIM
DI MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

Nova Titin Lestari

NIM 401180077



JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2022

Abstrak

Lestari, Nova Titin. Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Moh. Faizin, M.S.E.

Kata Kunci: Konsep Diri, Gaya Hidup, Instagram dan Perilaku Konsumtif

Indonesia merupakan negara berkembang yang padat penduduknya berpotensi untuk dimanfaatkan sebagai wilayah pemasaran suatu bisnis. Sebagian besar masyarakat Indonesia, khususnya remaja, mungkin akan melihat perubahan gaya hidup mereka seiring berjalannya era globalisasi. Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan mengonsumsi suatu barang atau jasa secara berlebihan tanpa adanya suatu pertimbangan. Perilaku konsumtif dapat terjadi kepada siapa saja tidak terkecuali para remaja muslim di Madiun. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konsep diri, gaya hidup serta penggunaan media sosial instagram yang selalu ingin mengikuti perkembangan setiap waktu serta kemudahan yang ditawarkan membuat remaja berlomba-lomba untuk mengikuti tren yang dapat menuju pada perilaku konsumtif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun. Jenis penelitian adalah ini penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara *area sampling*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 96 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

Adapun hasilnya adalah secara parsial konsep diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di Madiun, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di Madiun, dan penggunaan media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di Madiun. Secara simultan konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di Madiun.

P O N O R O G O



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Nova Titin Lestari	401180077	Ekonomi Syariah	Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun.

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan
pada ujian skripsi.

Ponorogo, 02 Juni 2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.

NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Moh. Faizin, M.S.E.

NIP.198406292018011001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial
Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun
Nama : Nova Titin Lestari
NIM : 401180077
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

Dewan penguji:

Ketua Sidang :
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.
NIP. 197502072009011007

()

Penguji I :
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

()

Penguji II :
Moh. Faizin, M.S.E.
NIP. 198406292018011001

()

Ponorogo, Kamis/2/Juni2022

Mengesahkan,

Dekan FEB IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nova Titin Lestari

NIM : 401180077

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 07 Juni 2022

Penulis



Nova Titin Lestari

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nova Titin Lestari

NIM : 401180077

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram
Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 22 April 2022

Pembuat Pernyataan,



Nova Titin Lestari

NIM 401180077

DAFTAR ISI

COVER

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
DAFTAR ISI.....	vi

BAB I. PENDAHULUAN

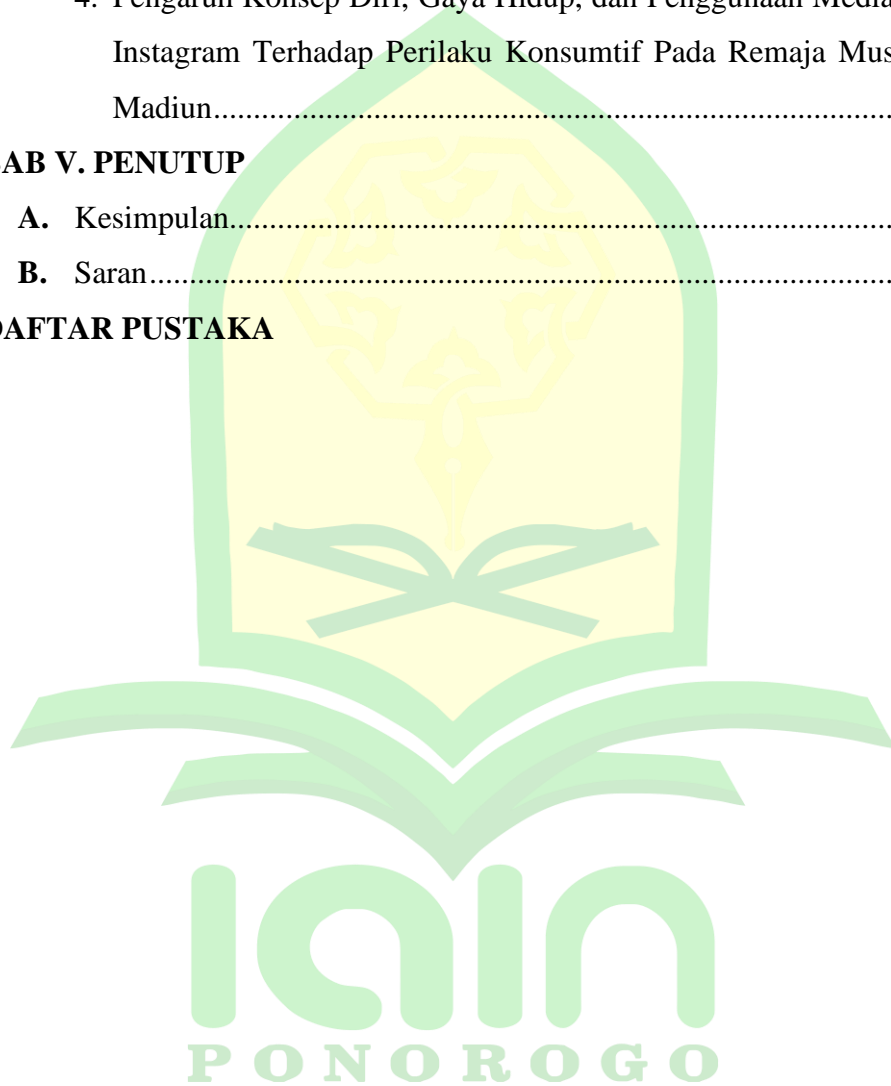
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	12

BAB II. LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori	14
1. Perilaku Konsumtif.....	14
a. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	14
b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif....	15
c. Indikator dalam Perilaku Konsumtif	19
d. Perilaku Konsumtif Dalam Pandangan Islam.....	21
2. Konsep Diri	23
a. Pengertian Konsep Diri.....	23
b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Konsep Diri.....	24
c. Indikator dalam Konsep Diri	25
3. Gaya Hidup.....	26
a. Pengertian Gaya Hidup.....	26
b. Jenis-Jenis Gaya Hidup	28
c. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup.....	29
d. Indikator dalam Gaya Hidup	30
4. Penggunaan Media Sosial Instagram.....	31
a. Pengertian Penggunaan Media Sosial Instagram	31
b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram	33

c. Indikator dalam Penggunaan Media Sosial Instagram	34
B. Kajian Pustaka	35
C. Kerangka Pemikiran	40
D. Hipotesis	41
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	47
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	48
C. Lokasi dan Periode Penelitian	49
D. Populasi dan Sampel	49
E. Jenis dan Sumber Data	53
F. Metode Pengumpulan data	54
G. Instrumen Penelitian	55
H. Validitas dan Realibilitas Instrumen	55
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	58
BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	63
B. Hasil Pengujian Instrumen	66
1. Validitas	66
2. Reliabilitas	69
C. Hasil Pengujian Deskriptif	71
1. Uji Asumsi Klasik	71
a. Uji Normalitas	71
b. Uji Heterokedstisitas	72
c. Uji Multikolinieritas	72
d. Uji Autokorelasi	74
2. Analisis Regresi	75
a. Regresi Linier Sederhana	75
b. Regresi Linier Berganda	77
D. Hasil Pengujian Hipotesis	78
1. Uji t	78
2. Uji F	80
3. Koefisien Determinasi (R^2)	81
E. Pembahasan	82

1. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Muslim Di Madiun	82
2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Muslim Di Madiun	84
3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Muslim Konsumtif Pada Remaja Muslim Di Madiun.....	86
4. Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup, dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Muslim Di Madiun.....	89
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara berkembang yang padat penduduknya berpotensi untuk dimanfaatkan sebagai wilayah pemasaran suatu bisnis. Pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai saluran pemasaran, diiringi oleh kemajuan teknologi yang semakin canggih.¹ Sebagian besar masyarakat Indonesia, khususnya remaja muslim, mungkin akan melihat perubahan gaya hidup mereka seiring berjalannya era globalisasi. Globalisasi, di sisi lain bisa mempunyai dampak yang merugikan karena membawa berbagai layanan dan fasilitas yang dapat menimbulkan sifat konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan untuk mengkonsumsi produk karena adanya perasaan ingin memiliki sesuatu benda yang berupa barang atau jasa, namun bukan berdasar kebutuhan akan tetapi karena keinginan untuk menggunakan atau membeli sesuatu dengan hanya memenuhi hasrat kesenangan semata tanpa dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan ataupun permintaan.² Menurut Engel, Blackwell dan Miniard bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal dan eksternal.

¹ Philip Kotler dan Gery Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Airlangga, 2006), 156.

² Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)," *Jurnal Spitiis*, Volume 2, Nomor 1, (2011), 4.

Faktor internal meliputi motivasi, kepribadian, konsep diri dan faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial dan keluarga.³ Konsumsi dan pemenuhan kebutuhan tidak dilarang dalam Islam selama tidak mengandung hal-hal yang merugikan atau merugikan orang lain.

Remaja cenderung lebih terlibat dalam perilaku konsumtif karena mereka lebih sering menggunakan teknologi dan fasilitas yang tersedia bagi mereka, dan mereka terpengaruh ketika bersosialisasi dan berinteraksi dengan lingkungan mereka.⁴ Menurut *World Health Organization* (WHO), yang disebut remaja adalah mereka yang berada pada tahap transisi antara masa kanak-kanak dan dewasa. Batasan usia remaja menurut *World Health Organization* (WHO) adalah 12 sampai 24 tahun.⁵

Sementara itu, menurut Engel Blackwell dan Miniard mengatakan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang adalah konsep diri. Melalui konsep diri remaja memperoleh gambaran mengenai dirinya, konsep diri pada remaja seperti selalu ingin mempercantik dirinya, atau ingin membuat dirinya terlihat lebih baik dipandangan orang lain merupakan remaja yang memiliki konsep diri negatif, karena mereka berusaha untuk membuat dirinya tampak ideal di

³ Ibid., 6.

⁴ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2005) 54.

⁵ Kementerian Kesehatan RI dalam <https://pusdatin.kemkes.go.id>, (diakses pada tanggal 29 Mei 2022, jam 13.36).

lingkungannya.⁶ Dengan kata lain mereka memandang dirinya sendiri dalam kondisi yang belum baik. Dari konsep diri remaja tersebut dapat diketahui adanya pengaruh antara konsep diri seseorang dengan perilakunya dalam berinteraksi dengan orang lain serta mengonsumsi suatu barang dan jasa.⁷

Konsep diri yang dimiliki remaja muslim dapat bersifat positif maupun negatif tergantung pada interaksi mereka dengan lingkungan. Apabila remaja muslim memiliki konsep diri yang negatif, maka akan menggiring mereka untuk berperilaku konsumtif. Para remaja muslim cenderung memiliki sikap hati-hati dalam menjaga penampilannya, mereka akan melakukan berbagai cara untuk menjaga dan memperbaiki penampilannya. Konsep diri adalah kumpulan keyakinan dan persepsi diri mengenai diri sendiri yang terorganisir.⁸

Kotler & Armstrong menyatakan bahwa konsep diri menghadirkan gagasan bahwa identitas mereka ditujukan dan dicerminkan oleh kepemilikannya, sehingga konsep diri juga memiliki peluang yang besar untuk mempengaruhi remaja dalam berperilaku konsumtif.⁹

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Theodorus Mawo tentang

⁶ Ritia Angadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021), 13.

⁷ Jessica Gumulya dan Mariyana Widiastuti, "Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul," *Jurnal Psikologi*, Volume 11, Nomor 1, (2012): 51.

⁸ Dwi Murwanti, "Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya Dan Budaya Kontemporer Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Smp Negeri 41 Surabaya," *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Volume 5, Nomor 1 (2015): 40.

⁹ Fauziyah Zahrawati dan Nahiyah Jaidi Faraz, "Pengaruh Kultur Sekolah Konsep Diri Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa," *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS*, Volume 4, Nomor 2, (2017): 132.

pengaruh literasi keuangan, konsep diri dan budaya terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 1 Kota Bajawa menunjukkan bahwa konsep diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif sehingga jika seorang remaja memiliki konsep diri yang tinggi maka akan mempengaruhi perilaku remaja untuk berperilaku konsumtif.¹⁰ Namun hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria Ulfa dengan judul pengaruh kelas sosial dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna shopee di Ponorogo yang menunjukkan bahwa konsep diri secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.¹¹

Fenomena perilaku konsumtif ini tentunya akan terus meningkat, dikarenakan adanya faktor yang dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif, selain konsep diri salah satunya adalah gaya hidup. Menurut Chaney menyatakan bahwa perilaku konsumtif terjadi karena pembentukan gaya hidup mewah. Adanya pusat ritel yang melayani berbagai macam merek internasional. Kemudian, adanya restoran, *coffeshop* yang cenderung digunakan oleh remaja muslim sebagai tempat bersosialisasi dan berkumpul. Kesadaran remaja muslim yang

¹⁰ Theodorus Mawo, "Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri Dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa," *Journal of Economic Education JEE*, Volume 6, Nomor 1, (2017).

¹¹ Fitria Ulfa Hanifah, "Pengaruh Kelas Sosial Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).

tinggi akan terhadap produk-produk baru menyebabkan mereka cenderung untuk meniru gaya-gaya baru.¹²

Di Madiun sendiri banyak mall mewah seperti Suncity Mall Madiun, Plaza Madiun, Plaza Lawu, Timbul Jaya Plaza, Carrefour Madiun dan juga cafe-cafe mewah maupun restoran *fast food* yang mendukung terjadinya perilaku konsumtif itu sendiri. Menurut Piliang, gaya hidup dibentuk, diubah, dikembangkan sebagai hasil dari interaksi dan batasan serta berbagai realitas yang mungkin terjadi. Gaya hidup membatasi tindakan individu dalam menjaga perilakunya sesuai batas dan aturan tertentu.¹³

Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapatnya. Apabila konsep gaya hidup digunakan oleh seseorang dengan baik, maka dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumsi yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku konsumen.¹⁴ Dari sudut pandang ekonomi, gaya hidup ditentukan oleh cara seseorang membelanjakan pendapatan serta cara mengkonsumsinya. Seseorang yang melakukan perilaku konsumtif akan berusaha dengan segala cara untuk mengikuti gaya hidup yang

¹² Ranti Tri Angraini dan Fauzan Heru Santhoso, "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja," *Gajah Mada Journal Of Psychology* Volume 3, Nomor 3, 2017: 144.

¹³ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2013), 138-139.

¹⁴ Angraini dan Santhoso, "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja."

fashionable.¹⁵ Remaja muslim di Kabupaten Madiun mulai terpengaruh dengan perilaku konsumtif mengingat wilayah kabupaten dekat dari wilayah perkotaan dan pusat perbelanjaan sehingga memudahkan akses. Berikut merupakan jumlah penduduk berdasarkan usia di Kabupaten Madiun dan Kota Madiun.

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Kabupaten Madiun Berdasarkan Usia

Kelompok <i>Age</i>	Satuan <i>Unit</i>	Tahun/ <i>Year</i>	
		2011	2012
<i>Classification</i>			
10-14	Jiwa	54 749	53 527
15-19	Jiwa	56 755	56 158
20-24	Jiwa	55 665	54 181
25-29	Jiwa	70 964	62 509
30-34	Jiwa	73 458	71 331

Sumber : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Madiun, update 2020

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah remaja di Kabupaten Madiun pada tahun 2011 usia 15-19 tahun berjumlah 56.755 Jiwa dan tahun 2012 berjumlah 56.158 Jiwa, pada tahun 2011 remaja berusia 20-24 tahun berjumlah 55.665 dan tahun 2012 berjumlah 54.181.

Tabel 1.2
Jumlah Penduduk Kota Madiun Menurut Kelompok Umur

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur (Jiwa)		
	Laki- laki	Perempuan	Laki- Laki+Perempuan
	2017	2017	2017
10-14	6 167	5 851	12 018
15-19	6 747	7 127	13 874
20-24	6 190	6 329	12 519
25-29	6 204	6 041	12 245
30-34	6 596	6 429	13 025

Sumber : Proyeksi Penduduk Indonesia, 2010-2035

¹⁵ Ibid., 142.

Pada tabel 1.2 jumlah remaja di Kota Madiun pada tahun 2017 usia 15-19 tahun berjumlah 13.874 sedangkan remaja usia 20-24 tahun berjumlah 12.519. Berdasarkan hasil pengamatan sementara, tidak sedikit remaja muslim yang melakukan kegiatan serta minat dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan mengikuti gaya hidup modern. Akibatnya, remaja muslim cenderung melakukan perilaku konsumtif baik yang terjadi pada laki-laki maupun perempuan, terutama pada gaya hidup konsumtif, seperti berjajan untuk memenuhi tuntutan dan lainnya.

Dalam hal ini mendorong sekelompok orang menghabiskan waktu luangnya untuk berbelanja. Kecenderungan remaja muslim yang bersifat konsumtif akan menimbulkan dampak bagi remaja itu sendiri ataupun lingkungan sekitarnya. Hal tersebut berdasarkan pada penelitian Nahda Dahlan dengan judul pengaruh media sosial instagram, kelompok teman sebaya dan gaya hidup (*lifestyle*) terhadap berperilaku konsumtif pada Mahasiswa PTN di Kota Makassar menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.¹⁶ Sedangkan dalam penelitian Ahsan Lodeng dengan judul pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif menurut ekonomi islam menyebutkan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap perilaku konsumtif.¹⁷

¹⁶ Nahda Dahlan, "Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya Dan Lifestyle Terhadap Berperilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Makassar," *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2020).

¹⁷ Ahsan Lodeng, "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam," *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2018).

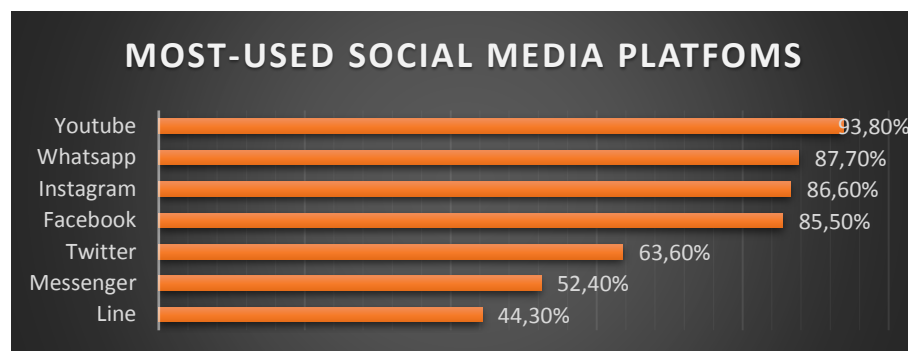
Selain faktor konsep diri dan gaya hidup, penggunaan media sosial juga mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja muslim. Instagram adalah salah satu platform paling tren di kumpulan para remaja. Remaja saat ini banyak menghabiskan waktu di situs media sosial, seperti Instagram, untuk melihat tren terbaru, tempat nongkrong yang disukai, dan sebagainya.

Dampak yang ditimbulkan karena remaja menghabiskan begitu banyak waktu online, mereka tidak menyadari efek merugikan yang ditimbulkan pada hubungan dan kehidupan sosial mereka. Seperti diketahui, kemajuan teknologi khususnya Instagram yang sangat populer di kalangan anak muda pada masa ini pasti berdampak buruk. Intensitas penggunaan media sosial instagram menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi seorang remaja memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif.¹⁸

Berdasarkan data terbaru *We are social*, dijelaskan bahwa jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2021, akan menjadi 85 juta dan 86,6% dari total populasi negara. Pengguna Instagram perempuan sebanyak 52,4% dari semua pengguna. Pengguna Instagram laki-laki sebanyak 47,6% dari total pengguna. Media sosial Instagram berada pada urutan ketiga.¹⁹

¹⁸ Riki Khrishananto dan Muhammad Ali Adriansyah, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Generasi Z," *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, Volume 9, No. 2 (2021): 326.

¹⁹ Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (*We are Social*): Indonesian Digital Report 2021," dalam <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>, (diakses pada tanggal 26 November 2021, jam 13.21).



Sumber: *We Are Social*, November 2021.

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2021

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nahda Dahlan dengan judul pengaruh media sosial instagram, kelompok teman sebaya dan *lifestyle* terhadap berperilaku konsumtif pada mahasiswa perguruan tinggi negeri di kota makassar menunjukkan bahwa pengaruhnya negatif²⁰, Sedangkan penelitian Rizki Apriliana dengan judul pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna instagram jurusan Ilmu Al-Qur'an & Tafsir IAIN Ponorogo menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna instagram²¹ sehingga semakin tinggi penggunaan media sosial maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif remaja.

Peneliti melakukan penelitian perilaku konsumtif pada remaja, karena begitu pentingnya masa remaja yang nantinya akan dapat mempengaruhi kehidupan dimasa dewasa. Dari kondisi-kondisi yang

²⁰ Nahda Dahlan, "Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya Dan Lifestyle Terhadap Berperilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Makassar," Skripsi (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2020).

²¹ Rizki Apriliana, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Instagram Jurusan Ilmu Al-Qur'an & Tafsir IAIN Ponorogo," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018).

telah diuraikan diatas perilaku konsumtif dapat memberi pengaruh yang tinggi. Dapat dikatakan jika konsep diri dan gaya hidup seseorang tinggi maka perilaku konsumtif dalam diri seseorang juga akan tinggi dan juga sebaliknya, apalagi remaja muslim yang aktif dalam penggunaan media sosial instagram ingin memiliki atau meniru sesuatu yang dimiliki orang lain, ingin berdandan seperti orang lain, ingin mengonsumsi makanan yang kekinian dan ingin mengunjungi tempat-tempat yang sedang banyak dikunjungi oleh pengguna media sosial instagram. Didasarkan permasalahan yang telah dijabarkan diatas, maka dalam penelitian ini, peneliti mengangkat judul "**Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim di Madiun**".

B. Perumusan Masalah

Berpijak pada latar belakang diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun?
- b. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun?
- c. Apakah penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun?

- d. Apakah konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun.
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan di bidang ekonomi mengenai ilmu pemasaran.

- 2) Memahami lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif para remaja muslim di Madiun.
- 3) Dapat dijadikan bahan referensi dan pengembangan lebih lanjut untuk penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Remaja
 - a) Sebagai sumber informasi tentang pengaruh konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun.
- 2) Bagi Penelitian Selanjutnya
 - a) Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang perilaku konsumtif bagi para mahasiswa untuk dijadikan referensi serta perbandingan pada peneliti selanjutnya dan sebagai bacaan ilmiah di perpustakaan.

E. Sistematika Pembahasan

Adapun rancangan sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi uraian latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan yang menyangkut tentang penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang relevan dengan variabel penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis yang memuat jawaban sementara mengenai permasalahan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian, berisi tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi analisis data berisi hasil dari penelitian berupa suatu gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, analisis data penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian beserta saran dan temuan penelitian dan rekomendasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Engel, perilaku konsumtif merupakan tindakan individu secara langsung dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tertentu.¹ Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Konsumtif biasanya digunakan untuk menunjukkan perilaku masyarakat yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok.²

Sumartono mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek

¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2013), 7.

² John Storey, *Cultural Studies Dan Kajian Budaya Pop* (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), 71.

lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut.³

Adapun definisi perilaku konsumtif menurut Mowen dan Minor perilaku konsumtif adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan dan pembelian, dan penentuan barang, jasa dan ide.⁴ Perilaku konsumtif merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusulnya.⁵ Dapat disimpulkan jika perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan.⁶

b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler & Keller ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sehingga membentuk perilaku konsumtif yaitu faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis.

³ Ritia Angadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021), 6.

⁴ Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, 8.

⁵ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), 2.

⁶ Nufian S Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)* (Malang: UB Press, 2019), 38.

1) Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen sehingga membentuk perilaku yang konsumtif. Faktor kebudayaan terdiri dari budaya, sub-budaya, dan kelas sosial.

- a) Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar.
- b) Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya menganut nilai-nilai dan minat serta perilaku yang serupa.

2) Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status.

- a) Kelompok referensi merupakan seorang individu yang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
- b) Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting di dalam masyarakat. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

c) Peran dan status. Kedudukan seorang individu di masing-masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Masing-masing peran menghasilkan status dan mereka akan memilih produk yang dapat dikonsumsi peran dan status mereka di dalam masyarakat.⁷

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan faktor yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen yang nantinya bisa membentuk perilaku konsumtif, yaitu usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

a) Usia dan tahap siklus hidup. Seorang individu akan membeli produk yang berbeda di sepanjang hidupnya.

Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga bersama dengan situasi keuangan dan minat produk yang berbeda-beda untuk masing-masing kelompok.

b) Pekerjaan dan keadaan ekonomi. Pekerjaan seorang individu dapat mempengaruhi pola konsumsinya. Pilihan produk juga sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seorang individu.

⁷ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2005), 39-40.

c) Gaya hidup. Seorang individu yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup merupakan pola hidup seorang individu yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.

d) Kepribadian dan konsep diri. Masing-masing seorang individu mempunyai kepribadian yang berbeda sehingga mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi.

4) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seorang konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

a) Motivasi merupakan kekuatan psikologis yang membentuk perilaku seseorang yang sebagian besar dan tidak disadari bahwa seseorang tidak dapat memahami motivasi dirinya secara menyeluruh seperti memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan.

b) Persepsi merupakan proses yang digunakan oleh individu untuk memilih dan mengorganisasi serta menginterpretasi

masuk-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi akan menentukan perilaku seseorang.

c) Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang individu yang timbul dari pengalaman, sebagian besar perilaku seseorang merupakan hasil dari belajar.

d) Keyakinan dan sikap. Melalui bertindak dan belajar, seorang individu akan mendapatkan keyakinan dan sikap, hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku pembelian seseorang.⁸

c. Indikator dalam Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono karakteristik atau indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

1) Membeli produk karena iming-iming hadiah

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaat akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.

2) Membeli produk karena kemasannya menarik

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu

barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.

⁸ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran* (Bali: Universitas Udayana, 2014), 43.

3) Membeli barang demi menjaga penampilan gengsi

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan, membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.

4) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat)

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5) Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol atau status

Individu menganggap barang yang digunakan untuk suatu symbol dari status sosialnya. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk

Individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut. Ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idol dari pembeli.⁹

⁹ Ritia Angadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021), 10-11.

d. Perilaku Konsumtif Dalam Pandangan Islam

Berbagai kegiatan ekonomi berjalan dalam rangka mencapai satu tujuan, yaitu menciptakan kesejahteraan menyeluruh, penuh ketegangan dan kesederhanaan, tetapi tetap produktif dan inovatif bagi setiap individu Muslim ataupun non-Muslim. Konsumsi, pemenuhan (kebutuhan) dan perolehan kenikmatan tidak dilarang dalam Islam selama tidak melibatkan hal-hal yang tidak baik atau dapat menimbulkan kemudharatan.¹⁰

Berdasarkan firman Allah yang tertulis di Al-Qur'an, yang tertuang pada Al-Qur'an Surat Al-Isra ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ
كفُورًا

Terjemahan:

Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.¹¹

Adapun hadits yang berkaitan tentang perilaku konsumtif yaitu dimana dipengaruhi oleh pendapatan, selera, harga, dan emosi konsumen. Namun kegiatan konsumtif yang berlebihan dilarang oleh agama sesuai hadits berikut:

¹⁰ Amin Suma, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 188.

¹¹ Al-Qur'an, 17:27.

عَنْ عُمَرَ وَبِشْعَيْبِ بْنِ عَجْدَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كُلُوا وَتَصَدَّقُوا وَلَا
 لَبَسُوا فَيَغْيِرَ إِسْرَافًا وَلَا مَخِيلَةَ (رَوَاهُ النَّسَائِيُّ)

Artinya :

Dari amr bin syuaib dari ayahnya dari kakeknya berkata,
 Rasul SAW bersabda: “makan dan minumlah,
 bersedekahlah serta berpakaianlah dengan tidak berlebihan
 dan tidak sombong.” (HR. Nasa’i).¹²

Dalam ekonomi islam konsumsi dikendalikan oleh lima
 prinsip dasar, yaitu sebagai berikut:

1) Prinsip keadilan

Prinsip keadilan dalam konsumsi menentukan cara
 penggunaan harta dan mencari rezeki secara halal serta tidak
 dilarang hukum. Agama Islam memerintahkan manusia
 untuk memegang teguh keadilan itu dengan sepenuhnya.

2) Prinsip kebersihan

Agama Islam menaruh perhatian yang tinggi pada
 kebersihan, baik secara *lahiriyah* maupun *batiniyah*.

3) Prinsip kesederhanaan

Mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan
 minuman agar tidak berlebih-lebihan.

¹² Nahda Dahlan, “Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya Dan Lifestyle Terhadap Berperilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Makassar” *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2020), 28.

4) Prinsip kemurahan hati

Dengan mentaati perintah islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya.

5) Prinsip moralitas

Bukan hanya mengenai makan dan minuman langsung tetapi dengan tujuan terakhirnya, yakni untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual.¹³

2. Konsep Diri

a. Pengertian Konsep Diri

Konsep diri diartikan sebagai gambaran seseorang mengenai diri sendiri yang merupakan gabungan dari keyakinan fisik, psikologis, sosial, emosional aspiratif, dan prestasi yang mereka capai. Konsep diri merupakan salah satu aspek yang cukup penting bagi individu dalam berperilaku.¹⁴ Menurut Kotler, konsep diri menghadirkan gagasan bahwa identitas mereka ditujukan dan dicerminkan oleh kepribadiannya, yaitu kami adalah apa yang kami miliki, sehingga konsep diri juga memiliki peluang yang besar untuk mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif.

¹³ Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 93-94..

¹⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1998), 99.

Menurut Calhoun dan Acocella konsep diri merupakan bagian diri yang mempengaruhi setiap aspek pengalaman, baik itu pikiran, perasaan, persepsi, maupun tingkah laku individu atau konsep diri sebagai gambaran mental individu yang terdiri dari pengetahuan mengenai diri sendiri, penghargaan bagi diri sendiri, dan penilaian terhadap diri sendiri.¹⁵

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat dikatakan bahwa konsep diri merupakan suatu konsep atau pandangan seseorang mengenai pribadinya yang meliputi bagaimana seseorang melihat, menilai, dan bertindak yang berdampak pada pengambilan keputusan untuk dirinya sendiri.

b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Konsep Diri

Konsep diri dalam kebudayaan sering menjadi masalah khususnya selama masa remaja sehingga dapat mengubah citra diri bagi individu dalam pengambilan keputusan mengenai kepribadiannya dalam rangka mengatasi berbagai permasalahan. Menurut Mead adapun faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri yaitu:

1) Orang Lain

Individu mengenal diri kita dengan mengenal orang lain terlebih dahulu. Harry Stack Sullivan menjelaskan bahwa jika

¹⁵ Iskandar Zulkarnain, Sakhyani Asmara, dan Raras Sutatminingsih, *Membentuk Konsep Diri Melalui Budaya T tutur Tinjauan Psikologi Komunikasi* (Medan: Puspantara, 2020), 14.

individu diterima oleh orang lain dihormati, dan disenangi karena keadaan diri sendiri, individu akan cenderung bersikap menghormati dan menerima diri sendiri. Sebaliknya, jika orang lain selalu meremehkan, menyalahkan dan menolak, individu akan cenderung tidak menyenangi diri sendiri. Tidak semua orang mempunyai pengaruh yang sama terhadap diri, yang paling berpengaruh terhadap diri adalah orang-orang yang paling dekat dengan individu.¹⁶

2) Kelompok Rujukan

Dalam kehidupan bermasyarakat, setiap individu pasti menjadi anggota berbagai kelompok, seperti RT, dan lain sebagainya. Setiap kelompok mempunyai norma-norma tertentu, ada kelompok yang secara emosional mengikat, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri. Inilah yang disebut kelompok rujukan. Dengan melihat kelompok ini, orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya.¹⁷

c. Indikator dalam Konsep Diri

Konsep diri memiliki beberapa aspek. Aspek-aspek konsep diri yang dikemukakan oleh Berzonsky yang dikutip oleh Gunarsih adalah sebagai berikut :

¹⁶ Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 104.

¹⁷ Zulkarnain, Asmara, dan Sutatminingsih, *Membentuk Konsep Diri Melalui Budaya T tutur Tinjauan Psikologi Komunikasi*, 16.

1) Aspek fisik

Aspek fisik meliputi penilaian individu terhadap segala sesuatu yang dimilikinya.

2) Aspek sosial

Aspek sosial yaitu bagaimana peranan sosial yang dimainkan oleh individu dan sejauh mana penilaian terhadap performanya.

3) Aspek moral

Aspek moral meliputi nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang memberi arti dan arah bagi kehidupan individu.

4) Aspek psikis

Aspek psikis terdiri dari pikiran, perasaan, dan sikap individu terhadap dirinya sendiri.¹⁸

3. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah cara seseorang menghabiskan waktunya, apa yang dipertimbangkan pada lingkungan, dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia sekitar.¹⁹

Mowen dan Minor berpendapat bahwa gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Kotler & Keller menyatakan

¹⁸ Ritia Angadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021), 15.

¹⁹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2017), 185.

gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.²⁰

Blackwell, James dan Paul dalam Aprianti menyatakan bahwa gaya hidup didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi dan variabel lain. Blackwell, James dan Paul dalam Aprianti juga menyatakan bahwa gaya hidup terdiri dari kegiatan (*activities*), minat (*interest*), dan opini (*opinion*).²¹

Gaya hidup merupakan sesuatu yang dapat membentuk pola perilaku seseorang, termasuk perilaku dalam mengonsumsi suatu produk barang dan jasa. Seorang individu dalam mengonsumsi suatu produk akan menyesuaikan dengan gaya hidup mereka. Gaya hidup yang menjadi tren konsumsi suatu produk dapat mengindikasikan perilaku konsumtif seseorang. Gaya hidup konsumtif adalah suatu pola hidup yang aktivitas untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.²² Gaya hidup konsumtif juga menggambarkan adanya pola hidup manusia yang

²⁰ Mufarizzaturrizkiyah, *Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Muslim* (Cirebon: CV Elsi Pro, 2020), 12.

²¹ *Ibid.*, 13.

²² Priansa, *Perilaku Konsumen*.

dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

b. Jenis-Jenis Gaya Hidup

Ada beberapa Jenis- jenis gaya hidup dalam Manalu, 2017 antara lain:²³

1. Gaya Hidup Konsumtif

Perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa berbagai pertimbangan, remaja hanya melihat dari sisi kesenangan dan mementingkan prioritas daripada kebutuhan. Konsumtif bisa digunakan untuk penggunaan uang dan waktu.

2. Gaya Hidup Hedonisme

Hedonisme adalah suatu pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Bisa dikatakan perilaku hedonisme lebih mementingkan kesenangannya, tidak lagi peduli dengan orang yang disekitarnya. Hedonisme cenderung konsumtif, karena menghabiskan uang untuk membeli barang-barang yang hanya untuk kesenangan semata tanpa disadari kebutuhan.

²³ Marlina Manalu, "Korelasi Status Sosial Ekonomi Keluarga Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Kota Pekanbaru," *JOM FISIP, Volume 4, Nomor 2, (Oktober 2017)*, 1–14.

3. Gaya Hidup dalam Pemanfaatan Waktu Luang

Waktu luang merupakan bagian yang terpenting bagi setiap orang. Sebagaimana diketahui pada hakekatnya kehidupan manusia khususnya remaja, selalu ditandai dengan aktivitas kegiatan belajar dan privat. Waktu luang adalah relaksasi, hiburan, dan pengembangan diri. Namun banyak remaja memanfaatkan waktu untuk melakukan apapun yang disenanginya sebagai cara untuk mencapai tujuan sesuai dengan kebutuhan melalui kegiatan yang dipilih pada dasarnya akan mendapat kepuasan.²⁴

c. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup

Amstrong dalam Nugraheni menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Pendapat Amstrong tersebut secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Sikap, sikap merupakan komponen individu untuk menanggapi suatu objek.
- 2) Pengalaman dan Pengamatan, pengalaman di peroleh dari kejadian-kejadian masa lalu, dan pengamatan merupakan suatu hal yang di lakukan individu lain untuk merespon suatu objek.

²⁴ Ibid., 1-14.

- 3) Kepribadian, perbedaan individu dengan individu lain untuk menanggapi suatu objek.
- 4) Motif, dorongan dari dalam diri untuk merespon suatu objek.
- 5) Persepsi, suatu pandangan individu untuk terhadap suatu objek yang di terimanya.
- 6) Kelompok Referensi, kelompok yang memberikan pengaruh terhadap individu untuk melakukan tindakan dalam merespon objek.
- 7) Keluarga, pola asuh akan mempengaruhi individu dalam merespon suatu objek yang di lihatnya.
- 8) Kelas sosial, kelompok yang homogen yang mempengaruhi tingkah laku individu lain.²⁵

d. Indikator dalam Gaya Hidup

Indikator gaya hidup yang dikemukakan oleh Mowen & Minor yaitu:

- 1) Pertanyaan aktivitas (*activities questions*), meminta kepada konsumen untuk mengindikasikan apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka.
- 2) Pertanyaan minat (*interest questions*), memfokuskan pada preferensi dan prioritas konsumen.

²⁵ Yanto Prasetyo, "Gaya Hidup Dan Shopping Addiction," *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, Volume 6, Nomor 2, (2017), 121–128.

3) Pertanyaan opini (*opinion questions*), menyelidiki pandangan dan perasaan konsumen mengenai topik-topik peristiwa dunia, lokal, moral, ekonomi, dan sosial.²⁶

4. Penggunaan Media Sosial Instagram

a. Pengertian Penggunaan Media Sosial Instagram

Teori *uses* dan *gratifications* (kegunaan dan kepuasan) milik Blumer dan Katz mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi.

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Kadani & Ninik mendefinisikan media sosial merupakan sebuah media dalam jaringan dengan para penggunanya yang bisa dengan mudah berpartisipasi dan berbagi. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih, aplikasi media sosial sangat beranekaragam. Saat ini instagram merupakan salah satu media sosial yang populer.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial,

²⁶ Mufarizaturrizkiyah, *Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Muslim*, 15.

termasuk milik Instagram sendiri. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Play Store.²⁷ Seorang remaja berada pada usia yang masih sangat labil dan rentan terpengaruh oleh lingkungan sekitar. Sehingga, dengan hadirnya instagram dapat mendorong untuk berperilaku konsumtif dan memberikan dampak gaya hidup yang konsumtif pula karena tuntutan untuk menyesuaikan gaya hidup teman-temannya agar tidak ketinggalan zaman dan mengikuti tren yang ada. Adanya media sosial instagram juga mendorong seseorang berperilaku konsumtif, berawal dari melihat profil atau snapgram yang diunggah oleh teman di sosial media dapat membuat rasa iri dan keinginan untuk mengejar kepuasan dalam diri orang tersebut.

Berdasarkan paparan di atas, maka dapat dikatakan penggunaan media sosial instagram merupakan suatu proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan menggunakan aplikasi di media sosial melalui smartphone yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, berbagi informasi, memposting foto dan video, berbagi cerita, berbagi ide, berbelanja online, menemukan teman baru, dan lain sebagainya.²⁸

²⁷ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Prosedur, Tren, Dan Etika* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11.

²⁸ Achmad Sulthony Munfaid, *Instagram* (Jombang: Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Peterongan, 2013), 3.

b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram

Menurut Abraham dan Sheeran, faktor-faktor yang memengaruhi dalam menggunakan media sosial berkaitan dengan tujuan yang ingin diperoleh individu dari penggunaan media sosial. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1) Perilaku pencarian informasi (*information seeking behavior*).

Information seeking behavior meliputi pengaksesan informasi melalui teknologi berbasis internet yang ditujukan untuk keperluan pekerjaan, pribadi, serta hiburan.

2) Perilaku mencari hiburan dalam mengisi waktu luang (*hedonic behavior*).

Perilaku ini berkaitan dengan pemenuhan nilai-nilai kesenangan dan kepuasan dalam diri individu. Melihat berbagai konten, mulai konten edukatif hingga hiburan, dapat tersebar melalui media sosial. Media sosial dimanfaatkan individu untuk bersantai dan mengisi waktu luang.

3) Rasa kekomunitasan (*sense of community*).

Menurut Scheepers, Stockdale, dan Nurdin, *Sense of community* mendorong individu untuk membangun relasi dengan cara berkomunikasi melalui media sosial.²⁹

²⁹ Julianti Cendrawan dan Clara R. P. Ajisukmo, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keinginan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial," *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 7, Nomor 1, (2017), 203.

c. Indikator dalam Penggunaan Media Sosial Instagram

Media sosial instagram merupakan suatu bentuk media online yang sudah tidak asing di kalangan masyarakat terutama remaja. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sesuai pendapat Antony Mayfield dalam bukunya *What Is Social Media* yang menyatakan sebagai berikut:

- 1) Partisipasi, dimana media sosial memberikan kontribusi atau umpan balik (*feedback*) dari setiap orang yang tertarik menggunakannya.
- 2) Keterbukaan, media sosial terbuka untuk umpan balik (*feedback*) dan partisipasi melalui saran, komentar, dan bermacam informasi.
- 3) Percakapan, dalam media sosial terjalin komunikasi antara pengguna secara dua arah.
- 4) Komunitas, media sosial mendorong terbentuknya komunitas secara cepat dan komunikasi yang efektif dan saling berbagi isu atau informasi.
- 5) Keterhubungan, media sosial mampu melayani keterhubungan antara penggunanya, dengan membuat tautan (*links*) pada situs-situs, sumber-sumber informasi, dan pengguna lainnya.³⁰

³⁰ Sofia Miranda, "Pengaruh Instagram Sebagai Media *Online Shopping Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau," *JOM FISIP, Volume 4 Nomor 1, (Februari 2017)*, 1–15.

B. Kajian Pustaka

Tabel 2.1
Kajian Pustaka

No	Judul, Nama, Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
1.	Pengaruh Kelas Sosial Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo, Fitriah Ulfa Hanifah, 2021.	Meggunakan variabel independen konsep diri serta variabel dependen perilaku konsumtif.	Meggunakan variabel independen kelas sosial, serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kelas sosial terhadap perilaku konsumtif. Terdapat pengaruh negatif antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif. Serta terdapat pengaruh secara simultan antara kelas sosial dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif para remaja pengguna Shopee di Ponorogo.
2.	Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z, Riki Khrishananto, 2021.	Meggunakan variabel independen penggunaan media sosial instagram dan variabel dependen perilaku konsumtif.	Meggunakan variabel independen konformitas, serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.. Serta media sosial instagram, dan konformitas secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3.	Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya Dan <i>Lifestyle</i> Terhadap Berperilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi	Meggunakan variabel independen penggunaan media sosial instagram serta <i>lifestyle</i> (gaya hidup) dan variabel dependen	Meggunakan variabel independen kelompok teman sebaya, serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial instagram berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kelompok teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. <i>Lifestyle</i> berpengaruh positif dan

No	Judul, Nama, Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
	Negeri Di Kota Makassar, Nahda Dahlan, 2020.	perilaku konsumtif.		signifikan terhadap perilaku konsumtif. Serta media sosial instagram, kelompok teman sebaya dan <i>lifestyle</i> secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
4.	Pengaruh Konsep Diri Tentang Pemakaian Media Sosial Dengan Perilaku Remaja Di SMA Parulian 1 Medan Tahun 2019, Feriani Harefa, 2019.	Meggunakan variabel independen konsep diri serta variabel pemakaian media sosial.	Pada penelitian terdahulu teori yang digunakan berbeda dengan penelitian saat ini, serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep diri dan pemakaian media sosial sangat mempengaruhi perilaku remaja serta perilaku konsumtif remaja semakin meningkat dengan adanya media sosial yang mengharuskan mereka untuk mengikuti trend yang ada.
5.	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Sumatera Utara, Ade Soraya, 2019.	Meggunakan variabel independen penggunaan media sosial instagram.	Meggunakan variabel dependen gaya hidup sedangkan dipenelitian ini menggunakan perilaku konsumtif, serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial instagram berpengaruh dan signifikan terhadap gaya hidup Mahasiswa Universitas Sumatera Utara.
6.	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Instagram Jurusan Ilmu Al-	Meggunakan variabel independen penggunaan media sosial instagram serta variabel dependen perilaku konsumtif.	Pada penelitian terdahulu teori yang digunakan berbeda dengan penelitian saat ini, serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan sebesar 28% antara penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna instagram Jurusan Ilmu Al – Qur’an dan Tafsir IAIN Ponorogo tahun 2018.

No	Judul, Nama, Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
	Qur'an Dan Tafsir Iain Ponorogo Tahun 2018, Rizki Apriliana Dwi Asmara, 2018.			
7.	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Negeri Malang Tahun 2018, Aqilla Suzan Pratiwi, 2018.	Meggunakan variabel independen penggunaan media sosial serta variabel dependen perilaku konsumtif.	Pada penelitian terdahulu teori yang digunakan berbeda dengan penelitian saat ini, serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
8.	Pengaruh media sosial dan konsep diri terhadap gaya hidup siswa SMAN 3 Kota Solok, Roza Karmila, 2018.	Meggunakan variabel independen media sosial serta konsep diri dan variabel gaya hidup.	Pada penelitian terdahulu variabel gaya hidup sebagai variabel dependen sedangkan pada penelitian ini gaya hidup sebagai variabel independen, serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif siswa, karena nilai t hitung > t tabel atau nilai sig < 0.005. Konsep diri berpengaruh terhadap gaya hidup siswa karena nilai t hitung > t tabel atau nilai sig < 0.05. Media sosial dan konsep diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap gaya hidup siswa.
9	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku	Meggunakan variabel independen	Meggunakan variabel dependen perilaku	Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji determinasi atau R ² pengaruh media sosial Instagram

No	Judul, Nama, Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
	Keagamaan Remaja (Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)	media sosial instagram	keagamaan remaja sedangkan dipenelitian ini menggunakan perilaku konsumtif.	terhadap perilaku keagamaan remaja adalah sebesar 11,9%.
10.	Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri Dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa, Theodorus Mawo, 2017.	Meggunakan variabel independen konsep diri serta variabel dependen perilaku konsumtif.	Meggunakan variabel independen literasi keuangan dan budaya, serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan konsep diri dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan, konsep diri, dan budaya secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
11	Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam, Ahsan Lodeng, 2018.	Meggunakan variabel independen gaya hidup serta variabel dependen perilaku konsumtif.	Pada penelitian terdahulu teori yang digunakan berbeda dengan penelitian saat ini, serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif sebesar 12.7% dan perilaku konsumsi mahasiswa belum sepenuhnya sesuai dengan ajaran Islam.
12	Pengaruh Kepribadian, Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Kota Makassar, Reski Amalia, 2017.	Meggunakan variabel independen konsep diri dan gaya hidup.	Meggunakan variabel dependen keputusan pembelian online sedangkan dipenelitian ini menggunakan perilaku konsumtif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepribadian tidak berpengaruh signifikan, gaya hidup berpengaruh signifikan dan konsep diri berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online di Kota Makassar.

No	Judul, Nama, Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
13	Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Konsep Diri Dan <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumtif, Hidayanti, 2017.	Meggunakan variabel independen konsep diri dan penggunaan media sosial.	Meggunakan variabel independen <i>Financial Literacy</i> . serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan, konsep diri berpengaruh negatif dan signifikan, <i>financial literacy</i> berpengaruh negatif dan signifikan, penggunaan media sosial, konsep diri, dan <i>financial literacy</i> secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
14	Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal di Jakarta, Cecilia Octaviani, 2017.	Meggunakan variabel independen konsep diri serta variabel dependen perilaku konsumtif.	Pada penelitian terdahulu teori yang digunakan berbeda dengan penelitian saat ini, serta fokus pembahasannya pada perilaku konsumtif pembelian produk kosmetik.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari konsep diri terhadap perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada wanita dewasa awal di Jakarta.
15	Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya Dan Budaya Kontemporer Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMP Negeri 41 Surabaya.	Meggunakan variabel independen konsep diri serta variabel dependen perilaku konsumtif.	Meggunakan variabel independen teman sebaya dan budaya kontemporer, pada penelitian terdahulu teori yang digunakan berbeda dengan penelitian saat ini.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel konsep diri berpengaruh signifikan, teman sebaya berpengaruh signifikan, budaya kontemporer berpengaruh signifikan dan konsep diri, teman sebaya, dan budaya kontemporer secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran diturunkan dari suatu teori yang relevan dengan permasalahan yang telah dirumuskan, kerangka ini dibuat dalam bagan alur yang saling berhubungan.³¹

Menurut Engel, perilaku konsumtif merupakan tindakan individu secara langsung dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tertentu.³²

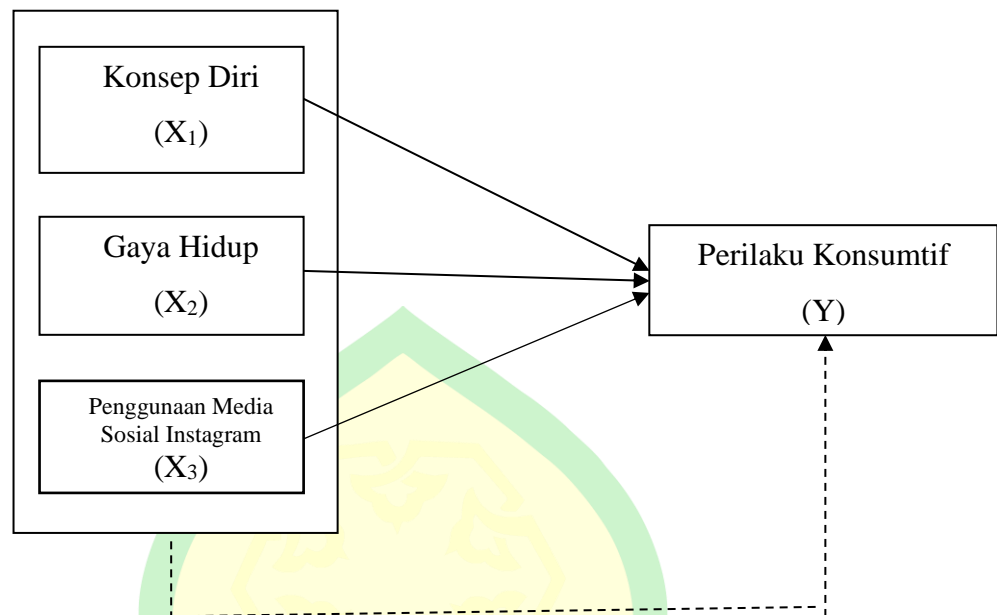
Menurut Kotler, konsep diri artinya menghadirkan gagasan bahwa identitas mereka ditujukan dan dicerminkan oleh kepribadiannya. Kotler & Keller menyatakan gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.³³

Kadeni & Ninik mendefinisikan media sosial instagram merupakan sebuah media dalam jaringan dengan para penggunanya yang bisa dengan mudah berpartisipasi dan berbagi. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yaitu konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram. Berdasarkan landasan teori yang telah dirumuskan diatas, kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut:

³¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 60.

³² Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*.

³³ Mufarizzaturrizkiyah, *Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Muslim*.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

—————> : Hubungan Parsial

- - - - -> : Hubungan Simultan

Berdasarkan kerangka berfikir diatas dapat digambarkan bahwa Konsep diri (X_1) memiliki hubungan secara parsial (individu) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Gaya Hidup (X_2) memiliki hubungan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Penggunaan Media Sosial Instagram (X_3) memiliki hubungan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Konsep Diri (X_1), Gaya Hidup (X_2) dan Penggunaan Media Sosial Instagram (X_3) memiliki hubungan secara simultan (bersama-sama) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat digunakan

untuk menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya.³⁴ Berdasarkan landasan teori dan kerangka berpikir diatas, maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Konsep diri merupakan bagian diri yang mempengaruhi setiap aspek pengalaman, baik itu pikiran, perasaan, persepsi, maupun tingkah laku individu.³⁵ Jika konsep diri yang dimilikinya tinggi, maka akan membuat individu mementingkan hasrat atau keinginan dan tidak sesuai dengan kebutuhan serta cenderung boros. Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan.³⁶ Sehingga jika seorang remaja muslim memiliki konsep diri yang tinggi maka akan mempengaruhi perilaku remaja muslim tersebut untuk berperilaku konsumtif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Theodorus Mawo mengatakan bahwa konsep diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.³⁷ Maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

³⁴ Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), 168.

³⁵ Zulkarnain, Asmara, dan Sutatminingsih, *Membentuk Konsep Diri Melalui Budaya Tutur Tinjauan Psikologi Komunikasi*, 14.

³⁶ Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*.

³⁷ Mawo, "Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri Dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa."

H₀₁ : Tidak ada pengaruh antara konsep diri terhadap terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di madiun.

H_{a1} : Ada pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di madiun.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Saat ini gaya hidup di kalangan remaja muslim berkembang sangat cepat dengan mengikuti tren yang ada, mereka kurang memikirkan efek dan konsekuensi yang akan diperoleh saat membeli suatu produk. Remaja muslim saat ini hanya memenuhi apa yang menjadi keinginannya dan mengikuti apa yang sedang marak di kelompoknya.³⁸ Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan.³⁹ Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi gaya hidup remaja muslim, maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah gaya hidup remaja muslim, maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya. Hasil penelitian Nahda Dahlan menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.⁴⁰ Maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

³⁸ Mufarizzaturrizkiyah, *Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Muslim*.

³⁹ Sangadji and Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*.

⁴⁰ Dahlan, "Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya Dan Lifestyle Terhadap Berperilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Makassar."

H₀₂ : Tidak ada pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di madiun.

H_{a2} : Ada pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di madiun.

3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat khususnya remaja muslim. Melalui instagram, berbagai macam informasi dapat diakses dengan mudah termasuk jual beli online. Remaja muslim yang menggunakan media sosial instagram sering melihat iklan produk-produk yang sengaja diposting oleh produsen dengan iming-iming yang menggurikan agar menarik perhatian konsumen.⁴¹ Hal tersebut akan membuat remaja muslim berperilaku konsumtif dengan karakteristik remaja yang mudah tertarik dan suka mencoba sesuatu yang baru. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif remaja muslim. Sebaliknya, apabila semakin rendah penggunaan media sosial maka akan semakin rendah perilaku konsumtif remaja muslim. Hasil penelitian Rizki Apriliana menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial instagram terhadap

⁴¹ Munfaid, *Instagram*.

perilaku konsumtif mahasiswa pengguna instagram.⁴² Maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₀₃ : Tidak ada pengaruh antara penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di madiun.

H_{a3} : Ada pengaruh antara penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di madiun.

4. Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif

Konsep diri merupakan bagian diri yang mempengaruhi setiap aspek pengalaman, baik itu pikiran, perasaan, persepsi, maupun tingkah laku individu.⁴³ Gaya hidup adalah cara seseorang menghabiskan waktunya, apa yang dipertimbangkan pada lingkungan, dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia sekitar.⁴⁴ Dalam penggunaan instagram berbagai macam informasi dapat diakses dengan mudah seperti melihat iklan produk-produk dan aktivitas orang lain.⁴⁵ Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang

⁴² Apriliana, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Instagram Jurusan Ilmu Al-Qur’an & Tafsir IAIN Ponorogo.”

⁴³ Muhammad Harfin Zuhdi, “Istiqomah Dan Konsep Diri Seorang Muslim,” *Religia* 14, Nomor 1, (2017): 111–127.

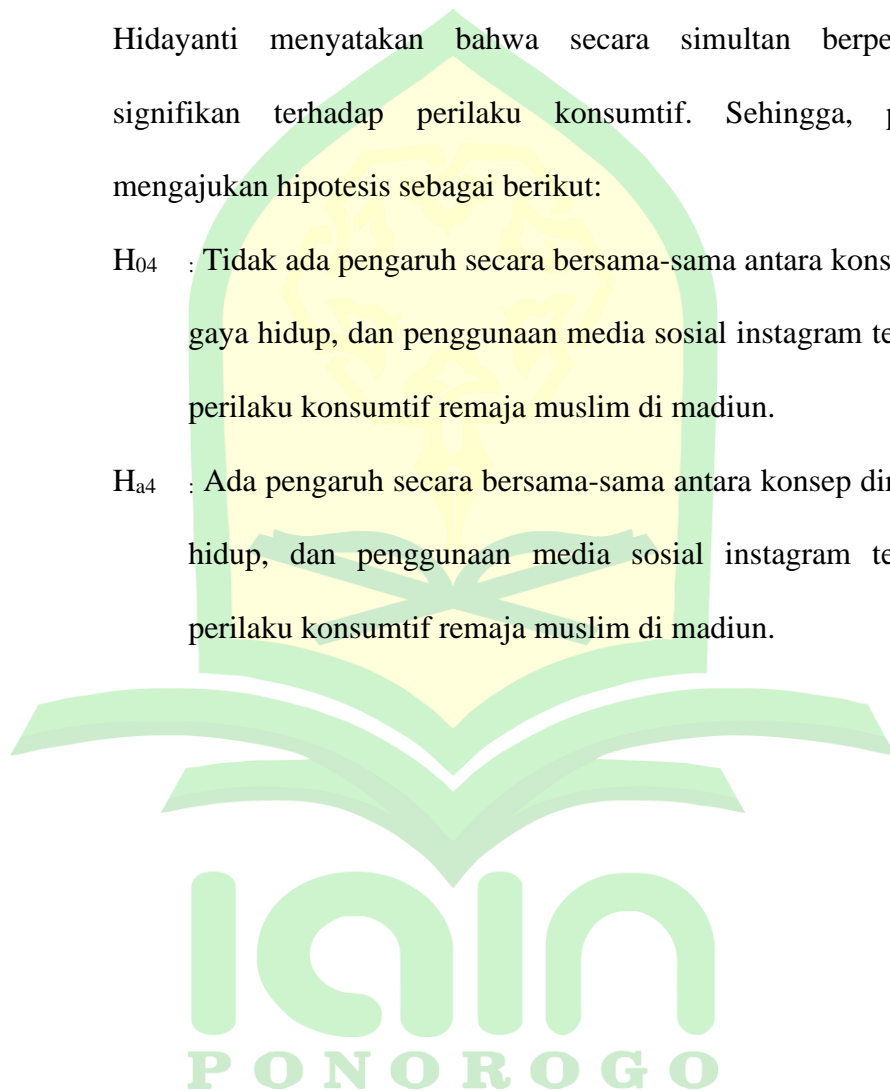
⁴⁴ Mufarizzaturrizkiyah, *Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Muslim*.

⁴⁵ Munfaid, *Instagram*.

atau bahkan tidak diperlukan.⁴⁶ Dapat disimpulkan jika konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram secara bersama-sama memiliki tingkat yang kuat terhadap subjek maka akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian Hidayanti menyatakan bahwa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sehingga, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₀₄ : Tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara konsep diri, gaya hidup, dan penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di madiun.

H_{a4} : Ada pengaruh secara bersama-sama antara konsep diri, gaya hidup, dan penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif remaja muslim di madiun.



⁴⁶ Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah rencana atau struktur penelitian yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh jawaban atas permasalahan-permasalahan penelitian. Rancangan penelitian bertujuan untuk memberi pertanggungjawaban terhadap semua langkah yang akan diambil.¹

Rancangan penelitian berarti sebagai sumber strategi mengatur latar belakang supaya peneliti memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian. Rancangan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Terdiri dari dua variabel, yaitu variabel *dependen* (variabel terikat) dan variabel *independen* (variabel bebas).

4. Variabel *Dependen* (Y)

Variabel *dependen* adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel lain. Variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y).

5. Variabel *Independen* (X)

Variabel *independen* adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel lain. Variabel

¹ Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 100.

independen dalam penelitian ini adalah konsep diri (X_1), gaya hidup (X_2) dan penggunaan media sosial instagram (X_3).

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Pada bagian ini menjelaskan tentang variabel-variabel yang digunakan baik variabel *independen* (bebas) maupun variabel *dependen* (terikat). Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain, sedangkan variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.²

Selanjutnya definisi operasional menggambarkan pula pengukuran atas variabel dan indikator yang dikemas pada penelitian ini. Definisi operasional pada penelitian ini merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur (mengoperasionalkan) konstruk menjadi variabel penelitian yang bisa dituju. Dengan kata lain dalam operasional penelitian dapat memberikan petunjuk mengenai bagaimana sebuah variabel diukur.³ Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 adalah sebagai berikut:

² Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 5.

³ *Ibid.*, 9.

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	No. Butir	Sumber
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iming-iming hadiah 2. Kemasan menarik 3. Menjaga penampilan gengsi 4. Pertimbangan harga 5. Sekedar menjaga symbol atau status <p align="center">Unsur komformitas terhadap model yang mengiklankan</p>	1,2,3, 4, 5,6,7,8, 9,10,1, 12,13	Sumartono (2002)
Konsep Diri (X ₁)	Pandangan tentang kepribadian seseorang yang mencakup bagaimana dia memandang, menganalisis, bertindak, dan berdampak pada bagaimana dia membuat keputusan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aspek fisik 2. Aspek sosial 3. Aspek moral 4. Aspek psikis 	14,15, 16,17, 18,19, 20,21, 22,23	Berzonsky (1981)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	No. Butir	Sumber
Gaya Hidup (X ₂)	Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.	1. Pertanyaan aktivitas 2. Pertanyaan minat 3. Pertanyaan opini	24,25, 26,27, 28,29, 30	Mowen & Minor (2002)
Penggunaan Media Sosial Instagram (X ₃)	Kegiatan yang dilakukan seseorang dengan menggunakan media sosial instagram untuk berkomunikasi dll.	1. Partisipasi 2. Keterbukaan 3. Percakapan 4. Komunitas 5. Keterhubungan	31,32, 33,34, 35,36 37,38 39,40 41,42	Mayfield (2008)

C. Lokasi Penelitian

Dalam suatu penelitian sangat penting menentukan lokasi penelitian dan waktu penelitian. Dalam penelitian ini dilakukan khususnya kepada remaja muslim pengguna instagram di Madiun, dengan menyebarkan kuesioner kepada para remaja muslim pengguna instagram di Madiun. Partisipan dalam penelitian ini adalah pengguna Instagram yang memenuhi persyaratan peneliti.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi secara keseluruhan yang menjadi subjek penelitian.⁴

Menurut Sugiyono populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas

⁴ Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 33.

obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya.⁵ Populasi berarti seluruh objek yang akan diteliti dengan jumlah populasi yang besar. Dalam penelitian ini populasinya adalah para remaja muslim di Madiun yang menggunakan akun Instagram. Namun jumlah remaja muslim yang menggunakan Instagram di Madiun tidak diketahui secara pasti jumlahnya karena banyaknya remaja muslim yang memiliki akun.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel yaitu sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dianggap sebagai sumber data yang penting guna mendukung penelitian. Sampel penelitian merupakan sebagian yang diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti yang dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil menggunakan teknik tertentu.⁶

Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus yang dikemukakan oleh *Cochran* sebagai berikut.⁷

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} \cdot p \cdot q}{e^2}$$

⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 80.

⁶ *Ibid.*, 81.

⁷ Taniredja dan Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, 34.

Keterangan:

n = banyaknya sampel

Z = distribusi normal standar ($\alpha = 0,05$)

p = proporsi sukses (50%)

q = proporsi gagal (50%)

e = error pengambilan sampel ($e = 10\%$)

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{Z^2_{\alpha/2} \cdot p \cdot q}{e^2} \\
 n &= \frac{(1,96)^2 \cdot (50\%) \cdot (50\%)}{(10\%)^2} \\
 &= \frac{3,8416 * 0,25}{0,01} \\
 &= \frac{0,9604}{0,01} \\
 &= 96,04
 \end{aligned}$$

Jadi berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka diketahui besar sampel yang diperlukan berjumlah 96,04 responden atau dapat dibulatkan menjadi 96 responden.

Teknik pengambilan sampel menggunakan pengambilan sampel *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota

populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁸ Dan salah satu teknik yang digunakan yaitu *area sampling*, teknik penentuan sampel yang penentuannya dilakukan berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan.⁹ Sehingga semua remaja muslim di Madiun memiliki peluang untuk menjadi sampel.

E. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diukur berupa skala numerik atau angka-angka.

b. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang didapatkan secara langsung atau dapat dikatakan sumber data secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada anggota sampel atau responden yang telah ditentukan sebelumnya yaitu remaja di Madiun. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara mengirimkan kuesioner kepada sampel responden yang telah ditentukan, khususnya remaja muslim di Madiun.

⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 84.

⁹ *Ibid.*, 83.

F. Metode Pengumpulan data

1. Wawancara

Wawancara adalah strategi pengumpulan data yang melibatkan komunikasi tatap muka dan pertanyaan langsung kepada informan atau sumber data oleh pengumpul data atau peneliti.¹⁰ Pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan remaja muslim di Madiun.

Wawancara tidak terstruktur juga dikenal sebagai wawancara bebas adalah wawancara yang tidak mengikuti prosedur wawancara yang disusun secara sistematis dan seluruhnya untuk pengumpulan data.¹¹ Wawancara dengan informan akan dilakukan terlebih dahulu, sebelum dibagikan kuesioner atau angket.

2. Kuesioner

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuesioner. Metode kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden sesuai dengan permintaan peneliti. Isi materi kuesioner meliputi identitas responden dan butir-butir pertanyaan variabel penelitian beserta alternatif jawaban. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.¹² Angket atau kuesioner adalah alat penelitian yang terdiri dari kumpulan pertanyaan yang digunakan

¹⁰ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2015), 183.

¹¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 137.

¹² Ibid., 142.

untuk mengumpulkan data dari sejumlah orang. Kuesioner akan dibagikan kepada remaja muslim di Madiun.

G. Instrumen Penelitian

Peneliti menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data sehingga pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih akurat, lengkap, dan sistematis, sehingga mudah diolah. Penelitian ini menggunakan *skala likert*, dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator. Instrumen tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun seperangkat item berupa pernyataan-pernyataan yang harus ditanggapi oleh responden.¹³

Tabel 3.2
Skala likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas

Uji validitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menentukan seberapa valid suatu item pertanyaan mengukur variabel yang diteliti. Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang

¹³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 93.

diteliti. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas yaitu kemampuan untuk mengukur apa yang ingin diukur.¹⁴

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien pada taraf signifikansi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrumen dinyatakan valid bila $R_{hitung} > R_{tabel}$. Untuk menguji alat ukur dapat dilakukan dengan bantuan SPSS. Rumus *product moment* dapat digunakan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen yang akan diteliti. Berikut rumus *product moment*:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : koefisien validitas
 N : banyaknya subjek
 X : nilai pembanding
 Y : nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya.

¹⁴Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 97.

2. Reliabilitas

Reliabilitas ialah suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel. Selain itu reliabilitas juga diartikan sebagai derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen penelitian. Reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan mempunyai reliabilitas tinggi atau dapat dipercaya apabila alat ukur baik. Dengan kata lain alat ukur tersebut stabil, bisa diandalkan, dan dapat diramalkan.¹⁵ Suatu variabel dalam instrumen dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan saat pengujian lebih dari 0,6. Rumus yang digunakan untuk mengetahui reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varians butir

σ_1^2 : varians total

¹⁵ Saifuddin Azwar, *Reliabilitas Dan Validitas* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), 10.

X : skor total

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas yang bertujuan untuk menguji apakah regresi, variabel pengganggu atau residua; memiliki distribusi normal agar data bisa digunakan dalam uji F dan Uji t, jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil, untuk menguji normalitas, dalam penelitian ini penulis menggunakan cara uji statistik *kolmogro-Smirnoo* (K-S), jika nilai $K-S > \alpha = 0,05$ berarti data terdistribusi dengan normal.¹⁶

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada regresi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain artinya ketidaksamaan yang dimaksud adalah adanya pola yang tidak sama antara satu varian residual. Pada penelitian ini menggunakan uji glejser, dimana model regresi apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan residual lebih dari 0,05.

¹⁶ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 127.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas pada penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*), karena model regresi yang baik seharusnya tidak menjadi korelasi diantara variabel *independent*. Multikolinieritas bisa dilihat dari nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Adanya multikolinieritas ditunjukkan dengan nilai *tolerance* $> 0,01$ atau < 10 .

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi.

Adapun ketentuan dalam uji Durbin Watson adalah sebagai berikut:

1. Jika $dU < dW < 4-dU$, dapat dinyatakan tidak terjadi autokorelasi.
2. Jika $dW < dL$ atau $dW > 4-dU$, dapat dinyatakan terjadi autokorelasi.
3. Jika $dL < W < dU$ atau $4-dU < dW < 4-dL$, dapat dinyatakan tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.¹⁷

¹⁷ Ibid., 134.

2. Analisis Regresi

a. Regresi Linier Sederhana

Regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel hanya ada dua variabel terikat X dan Y. Analisis ini digunakan untuk menganalisis variabel X terhadap variabel Y. Analisis regresi linear sederhana digunakan persamaan untuk garis regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : variabel terikat

X : variabel bebas

a dan b : konstanta¹⁸

b. Regresi Linier Berganda

Analisa regresi berganda adalah regresi dimana sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan dua variabel atau lebih variabel bebas (X). Juga dapat digunakan untuk memprediksi atau menaksir (estimasi) besarnya nilai suatu variabel terhadap variabel lainnya.

Bentuk persamaan garis regresi adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y : variabel terikat

X₁, X₂, X₃ : variabel bebas

¹⁸Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Prenamedia Group, 2017), 284.

a : konstanta

b_1, b_2, b_3 : konstanta¹⁹

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t atau disebut dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini bisa dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung proses uji t identik dengan uji F. Hipotesis diterima jika taraf signifikan $\alpha < 0,05$ dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan $\alpha > 0,05$.

b. Uji F

Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan tabel F. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ (H_0 ditolak H_a diterima) maka model signifikan dapat dilihat di kolom signifikan pada Anova. Model signifikan selama kolom signifikansi (%) $< \alpha$ (biasanya paling besar α 10% atau 5% atau 1%). Dan sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka model tidak signifikan, hal ini ditandai nilai kolom signifikansi (%) akan lebih besar dari α .

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah mengukur seberapa jauh kemampuan yang menyangkut model dalam menerangkan variasi

¹⁹ Ibid., 301.

variabel dependen. Nilai koefisien dari determinasi adalah antara nol dan satu nilai R^2 yang terkecil berarti kemampuan variabel-variabel independen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independennya memberikan hampir semua yang dibutuhkan.²⁰



²⁰ Alghifari, *Analisis Regresi* (Yogyakarta: BPFE UGM, 2010), 20.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil Madiun

Madiun dibagi menjadi dua wilayah yaitu Kabupaten Madiun dan Kota Madiun. Kota Madiun terletak di dataran rendah antara 7'-8' LS atau 7,5 km selatan, dan 111'-112' BT atau 6 km, di bagian barat provinsi Jawa Timur. Letak geografis Kota Madiun dari barat-ke-timur sangat menguntungkan karena merupakan hubungan dari jaringan jalan regional yang menghubungkan Jawa Timur dengan Jawa Tengah, dan khususnya Kota Madiun dengan kota-kota besar lainnya. Kota Madiun secara administratif terbagi menjadi dua wilayah yaitu Madiun dan Magetan, dengan batas berikut ini:

- a. Sebelah Utara Kecamatan Madiun.
- b. Sebelah Timur Kecamatan Wungu.
- c. Sebelah Selatan Kecamatan Geger.
- d. Sebelah Barat Kecamatan Jiwan.¹

Kota Madiun berpenduduk 195.175 jiwa. Angka tersebut didapat dari hasil sensus penduduk tahun 2020 yang dilakukan secara online atau menggunakan kombinasi metode pencacahan lapangan dan

¹ <https://www.madiunkota.go.id/wilayah-geografis/>, (diakses pada tanggal 19 Maret 2022, jam 10.20).

online. Sekaligus satu data dengan jumlah yang ada di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kota Madiun.²

Selanjutnya, Kabupaten Madiun dibentuk sebagai pemerintahan yang sah pada bulan Muharram 1568 M pada hari Kamis Kliwon, 18 Juli 1568/Jumat Legi. Nama "Purbaya" diubah menjadi "Madiun" pada hari Jumat tanggal 16 November 1590 Masehi. Balerejo, Dagangan, Dolopo, Geger, Gemarang, Jiwan, Kebonsari, Kare, Madiun, Mejayan, Pilangkenceng, Sawahan, Saradan, Wungu, Wonoasri adalah kecamatan-kecamatan yang ada di Kabupaten Madiun. Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2020, Kabupaten Madiun memiliki jumlah penduduk sebanyak 744.350 jiwa.³

2. Karakteristik Responden

Peran responden dalam penelitian sangatlah penting dan memiliki ciri dan kebiasaan yang berbeda-beda yang dapat menunjang penelitian yang dilakukan. Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada para remaja muslim di Madiun dapat diketahui bahwa terdapat 20 orang responden berjenis kelamin laki-laki dan 76 orang responden berjenis kelamin

² Dewi Admin "Sampaikan Hasil Sensus Penduduk 2020, Wali Kota Apresiasi Kinerja BPS," dalam <https://www.madiunkota.go.id/2021/01/22/sampaikan-hasil-sensus-penduduk-2020-wali-kota-apresiasi-kinerja-bps/>, (diakses pada tanggal 19 Maret 2022, jam 10.35).

³ <https://madiunkab.go.id/sejarah-kabupaten-madiun/>, (diakses pada tanggal 16 Maret 2022, jam 21.25).

perempuan. Sehingga, jumlah responden yang diperoleh berdasarkan perhitungan rumus *cochran* adalah 96 responden. Berikut data responden pada tabel 4.1 berdasarkan jenis kelamin, yaitu:

Tabel 4.1
Data Jenis Kelamin Remaja

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki - laki	20 Orang	20%
Perempuan	76 Orang	80%
Total	96 Orang	100%

Sumber: Data diolah peneliti, Tahun 2022

b. Usia

Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada para remaja muslim di Madiun dapat diketahui bahwa terdapat 10 orang responden berusia 17-20 dan 86 orang responden berusia 21-24 tahun dan, sehingga rata-rata usia remaja yang berperilaku konsumtif berada pada kisaran usia 17-24 tahun. Sehingga, jumlah responden yang diperoleh berdasarkan perhitungan rumus *cochran* adalah 96 responden. Berikut data responden pada tabel 4.2 berdasarkan usia, yaitu:

Tabel 4.2
Data Usia Remaja

Usia	Jumlah	Presentase
17-20 Tahun	10 Orang	10%
21-24 Tahun	86 Orang	90%
Total	96 Orang	100%

Sumber: Data diolah peneliti, Tahun 2022

c. Tempat Tinggal

Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada para remaja muslim di Madiun dapat diketahui bahwa terdapat 56 orang responden tinggal di Kabupaten Madiun dan 40 orang responden tinggal di Kota Madiun. Sehingga, jumlah responden yang diperoleh berdasarkan perhitungan rumus *cochran* adalah 96 responden.

Berikut data responden pada tabel 4.3 berdasarkan tempat tinggal, yaitu:

Tabel 4.3
Data Tempat Tinggal Remaja

Tempat Tinggal	Jumlah	Presentase
Kabupaten Madiun	56 Orang	58%
Kota Madiun	40 Orang	42%
Total	96 Orang	100%

Sumber: Data diolah peneliti, Tahun 2022

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Validitas dapat ditentukan dengan melihat nilai signifikansi dengan kriteria, yaitu:

- a. Apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka data tersebut dapat dikatakan valid.
- b. Apabila $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka data tersebut dikatakan tidak valid.⁴

⁴ Andhita Desy Wulansari, *Aplikasi Statistic Parametrik Dalam Penelitian* (Ponorogo: STAIN PO Press, 2016), 95.

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 20, dengan nilai R_{tabel} adalah 0,200.

Hasil uji validitas dari instrumen penelitian pada variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Konsep Diri

No	Pernyataan	Rhitung	R_{tabel}	Keterangan
1	KD1	0,603	0,200	Valid
2	KD2	0,574	0,200	Valid
3	KD3	0,589	0,200	Valid
4	KD4	0,521	0,200	Valid
5	KD5	0,516	0,200	Valid
6	KD 6	0,673	0,200	Valid
7	KD 7	0,649	0,200	Valid
8	KD 8	0,675	0,200	Valid
9	KD 9	0,633	0,200	Valid
10	KD 10	0,632	0,200	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji validitas variabel konsep diri pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 10 butir pernyataan dengan indikator aspek fisik, aspek sosial, aspek moral, aspek psikis memiliki Rhitung > 0,200 sehingga dapat dikatakan valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup

No	Pernyataan	Rhitung	R_{tabel}	Keterangan
1	GH1	0,561	0,200	Valid
2	GH2	0,496	0,200	Valid
3	GH3	0,631	0,200	Valid
4	GH4	0,628	0,200	Valid

5	GH5	0,553	0,200	Valid
6	GH6	0,637	0,200	Valid
7	GH7	0,382	0,200	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji validitas variabel gaya hidup pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 7 butir pernyataan dengan indikator pertanyaan aktivitas, pertanyaan minat, pertanyaan opini memiliki $R_{hitung} > 0,200$ sehingga dapat dikatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Media Sosial
Instagram

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	PMSI1	0,615	0,200	Valid
2	PMSI2	0,548	0,200	Valid
3	PMSI3	0,631	0,200	Valid
4	PMSI4	0,471	0,200	Valid
5	PMSI5	0,539	0,200	Valid
6	PMSI6	0,598	0,200	Valid
7	PMSI7	0,442	0,200	Valid
8	PMSI8	0,461	0,200	Valid
9	PMSI9	0,460	0,200	Valid
10	PMSI10	0,562	0,200	Valid
11	PMSI11	0,553	0,200	Valid
12	PMSI12	0,460	0,200	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji validitas variabel penggunaan media sosial instagram pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 12 butir pernyataan dengan indikator partisipasi, keterbukaan, percakapan,

komunitas, keterhubungan memiliki $R_{hitung} > 0,200$ sehingga dapat dikatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	PK1	0,549	0,200	Valid
2	PK2	0,596	0,200	Valid
3	PK3	0,651	0,200	Valid
4	PK4	0,651	0,200	Valid
5	PK5	0,561	0,200	Valid
6	PK6	0,615	0,200	Valid
7	PK7	0,480	0,200	Valid
8	PK8	0,472	0,200	Valid
9	PK9	0,451	0,200	Valid
10	PK10	0,517	0,200	Valid
11	PK11	0,443	0,200	Valid
12	PK12	0,498	0,200	Valid
13	PK13	0,328	0,200	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji validitas variabel perilaku konsumtif pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 13 butir pernyataan dengan indikator iming-iming hadiah, kemasan menarik, menjaga penampilan gengsi, pertimbangan harga, sekedar menjaga symbol atau status, unsur komformitas terhadap model yang mengiklankan memiliki $R_{hitung} > 0,200$ sehingga dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi disebut sebagai

pengukuran yang reliabel. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang didapatkan dalam pengujian lebih dari 0,6 maka variabel dalam instrumen diartikan reliabel.⁵

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keputusan
1	X1	0,806	0,6	Reliabel
2	X2	0,622	0,6	Reliabel
3	X3	0,758	0,6	Reliabel
4	Y	0,776	0,6	Reliabel

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.8 terhadap variabel X₁, X₂, X₃ dan Y dapat disimpulkan bahwa semua item lebih dari 0,6 sehingga dikatakan reliabel.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian validitas dan reliabilitas pada setiap variabel menunjukkan bahwa 10 pernyataan dari variabel konsep diri (X₁), 7 pernyataan dari variabel gaya hidup (X₂), 12 pernyataan dari variabel penggunaan media sosial instagram (X₃), dan 13 pernyataan dari variabel perilaku konsumtif (Y) dikatakan valid dan reliabel. Sehingga instrumen yang dimiliki dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

⁵ Saifuddin Azwar, *Reliabilitas Dan Validitas* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), 10.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang bertujuan untuk menguji apakah regresi memiliki distribusi normal atau tidak, dengan menggunakan cara uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Adapun ketentuan dalam pengujian ini yaitu:

- 1) Apabila nilai signifikan (*p-value*) > 0,05 artinya residual terdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai signifikan (*p-value*) < 0,05 artinya residual tidak terdistribusi normal.⁶

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.45742779
Most Extreme Differences	Absolute	0,055
	Positive	0,055
	Negative	-0,046
Kolmogorov-Smirnov Z		0,535
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,937

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-smirnov* yang ditunjukkan dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* berada di atas 0,05

⁶ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 127.

yaitu sebesar 0,937. Hal tersebut berarti bahwa data berdistribusi normal dan bernilai signifikan.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya gangguan heteroskedastisitas pada variabel yang akan di uji dalam penelitian. Adapun ketentuan dalam pengujian ini yaitu:

- 1) Apabila nilai signifikan (*p-value*) semua variabel independen $>$ 0,05 maka pada tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.
- 2) Apabila nilai signifikan (*p-value*) semua variabel independen $<$ 0,05 maka pada terjadi kasus heteroskedastisitas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	<i>a</i>	Keterangan
Konsep Diri (X ₁)	0,634	0,05	Tidak ada heteroskedastisitas
Gaya Hidup (X ₂)	0,681	0,05	Tidak ada heteroskedastisitas
Penggunaan Media Sosial Instagram (X ₃)	0,532	0,05	Tidak ada heteroskedastisitas

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi setiap variabel lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah mengenai heteroskedastisitas pada penelitian ini.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang mempunyai kemiripan antar variabel

independen dalam suatu model. Model regresi dikatakan baik apabila di antara variabel independennya tidak berhubungan satu sama lain. Adapun ketentuan dalam pengujian ini yaitu:

- 1) Apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 , artinya tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 , artinya terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Keterangan
Konsep Diri (X ₁)	0,949	1.054	Tidak terjadi Multikolinieritas
Gaya Hidup (X ₂)	0,930	1.075	Tidak terjadi Multikolinieritas
Penggunaan Media Sosial Instagram (X ₃)	0,972	1.028	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa variabel konsep diri (X₁) mempunyai nilai *tolerance* 0,949 dan nilai *VIF* 1.054. Variabel gaya hidup (X₂) sebesar 0,930 dan nilai *VIF* 1.075. Variabel penggunaan media sosial instagram (X₃) sebesar 0,972 dan nilai *VIF* 1.028. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen dan variabel dependen.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada hubungan model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya).

Adapun ketentuan dalam uji Durbin Watson adalah sebagai berikut:

1. Jika $dU < dW < 4-dU$, dapat dinyatakan tidak terjadi autokorelasi.
2. Jika $dW < dL$ atau $dW > 4-dU$, dapat dinyatakan terjadi autokorelasi.
3. Jika $dL < W < dU$ atau $4-dU < dW < 4-dL$, dapat dinyatakan tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 96 responden, sedangkan variabel yang digunakan ada empat variabel. Dengan $k=4$ dan $n=96$, dengan tingkat kesalahan $\alpha=0,05$ maka diperoleh $dU=1,755$.

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi

Nilai Durbin Watson	Tabel Durbin Watson		Keterangan
	dU	4-dU	
1,776	1,755	2,245	Tidak ada Autokorelitas

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,776 sehingga nilai tersebut terletak diantara nilai dU (1,755) dan nilai 4-dU (2,245). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi autokorelasi.

2. Analisis Regresi

a. Regresi Linier Sederhana

Analisis linier sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif, pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dan pengaruh penggunaan media sosial instaram terhadap perilaku konsumtif. Analisis linier sederhana berguna untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel yang akan dihitung secara individual. Hasil uji analisis regresi linier sederhana X_1 , X_2 dan X_3 dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh X_1 terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	0,700	0,489	0,484	2.987

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Dari hasil Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,700 artinya bahwa konsep diri memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif. Koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,489 menunjukkan bahwa konsep diri memiliki pengaruh sebesar 48,9% berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan 51,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh X₂ terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	0,492	0,242	0,234	3.640

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Dari hasil Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,492 artinya bahwa gaya hidup memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,242 menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh sebesar 24,2% berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan 75,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh X₃ terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	0,474	0,224	0,216	3.682

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Dari hasil Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,474 artinya bahwa penggunaan media sosial instagram memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,224 menunjukkan bahwa penggunaan media sosial instagram memiliki pengaruh sebesar 22,4% berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan 77,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

b. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Hasil uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat dalam tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardize Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
<i>Constant</i>	8.479	6.501		1.304	0,195
Konsep Diri	0,190	0,052	0,320	3.681	0,000
Gaya Hidup Penggunaan	0,438	0,134	0,200	3.274	0,001
Media Sosial Instagram	0,499	0,157	0,272	3.169	0,002

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

$$Y = 8.479 + 0,190X_1 + 0,438X_2 + 0,499X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 8,479 artinya apabila konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram nilainya tetap maka perilaku konsumtif sebesar 8,479.
- 2) Nilai konstanta (b1) sebesar 0,190 menunjukkan bahwa, nilai (b1) yang positif maka ada pengaruh yang searah antara variabel konsep diri (X_1) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). Jika

konsep diri meningkat maka perilaku konsumtif menjadi meningkat.

3) Nilai konstanta (b2) sebesar 0,438 menunjukkan bahwa, nilai (b2) yang positif maka ada pengaruh yang searah antara variabel gaya hidup (X_2) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). Jika gaya hidup meningkat maka perilaku konsumtif menjadi meningkat.

4) Nilai konstanta (b3) sebesar 0,499 menunjukkan bahwa, nilai (b3) yang positif maka ada pengaruh yang searah antara variabel penggunaan media sosial instagram (X_3) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). Jika penggunaan media sosial instagram meningkat maka perilaku konsumtif menjadi meningkat.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji t (parsial)

Uji t atau disebut dengan uji parsial digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas (X) secara individual terhadap variabel terikat (Y). Hasil uji t dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji t

Variabel	B	Thitung	Sig T	Keterangan
Constant	8.479	1.304	0,195	
Konsep Diri (X_1)	0,190	3.681	0,000	Ada pengaruh dan signifikan
Gaya Hidup (X_2)	0,438	3.274	0,001	Ada pengaruh dan signifikan
Penggunaan Media Sosial	0,499	3.169	0,002	Ada pengaruh dan signifikan

Instagram (X ₃)				
--------------------------------	--	--	--	--

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Dari Tabel 4.17 hasil uji t dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Konsep Diri (X₁) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Hasil dari Tabel 4.17 dapat dilihat dari Thitung variabel konsep diri sebesar $3,681 > 1,986$ ($T_{tabel} = \text{sig. } \alpha = 0,05$ dan $df = n - k$, yaitu $96 - 3 = 93$). Dan untuk nilai signifikan pada variabel konsep diri sebesar $0,000 < 0,05$, artinya H_0 ditolak H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel konsep diri mempunyai pengaruh dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

b. Variabel Gaya Hidup (X₂) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Hasil dari tabel 4.17 dapat dilihat dari Thitung variabel gaya hidup sebesar $3,274 > 1,986$ ($T_{tabel} = \text{sig. } \alpha = 0,05$ dan $df = n - k$, yaitu $96 - 3 = 93$). Dan untuk nilai signifikan pada variabel gaya hidup sebesar $0,001 < 0,05$, artinya H_0 ditolak H_2 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup mempunyai pengaruh dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

c. Variabel Penggunaan Media Sosial Instagram (X₃) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Hasil dari tabel 4.17 dapat dilihat dari Thitung variabel penggunaan media sosial instagram sebesar $3,169 > 1,986$

($T_{\text{tabel}} = \text{sig. } \alpha = 0,05$ dan $df = n - k$, yaitu $96 - 3 = 93$). Dan untuk nilai signifikan pada variabel penggunaan media sosial instagram sebesar $0,002 < 0,05$, artinya H_0 ditolak H_3 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan media sosial instagram mempunyai pengaruh dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

2. Uji F (simultan)

Uji F merupakan pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X_1, X_2 , dan X_3) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji F dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji F

Model	<i>Sum of Square</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
<i>Regression</i>	709.496	3	236.499	28.657	0,000
<i>Residual</i>	759.243	92	8.253		
Total	1468.740	95			

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Berdasarkan data tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 28,657 sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $28,657 > 3,09$ ($df_2 = n - k - 1$ yaitu $96 - 3 - 1 = 92$). Sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_4 diterima. Artinya, variabel konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisiensi Determinasi (*R Square*) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel Y yang disebabkan oleh variabel X. hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Koefisien Determinasi (*R Square*)

Tabel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,695	0,483	0,466	2.872

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 20.0 Tahun 2022

Dari hasil Tabel 4.19 dapat diketahui bahwa nilai R yang diperoleh nilai sebesar 0,695 menunjukkan bahwa hubungan antara X_1 (konsep diri), X_2 (gaya hidup), dan X_3 (penggunaan media sosial instagram) terhadap Y (perilaku konsumtif) tergolong cukup kuat. Nilai *R Square* (R^2) yang diperoleh sebesar 0,483 memiliki arti bahwa pengaruh X_1 (konsep diri), X_2 (gaya hidup) dan X_3 (penggunaan media sosial instagram) terhadap Y (perilaku konsumtif) adalah sebesar 0,483 atau 48,3% dan sisanya 51,7% dipengaruhi oleh faktor lain selain konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram, yang tidak masuk dalam model. Nilai koefisien *Adjusted R²* yang diperoleh dari model regresi sebesar 0,466 yang merupakan korelasi dari R^2 sehingga gambarannya lebih mendekati populasi.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Muslim Di Madiun

Berdasarkan hasil uji regresi linier diperoleh variabel konsep diri (X_1) T_{hitung} sebesar $3,681 > T_{tabel}$ $1,986$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa konsep diri memberi pengaruh yang positif dan signifikan serta menarik perilaku konsumtif oleh remaja muslim di Madiun. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi konsep diri dalam diri remaja maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif remaja tersebut.

Disamping itu juga dengan adanya nilai koefisien (R) sebesar $0,700$ atau $70,0\%$ yang berarti menunjukkan adanya korelasi yang kuat dari hubungan konsep diri (X_1) dengan tingkat perilaku konsumtif (Y). Adapun nilai koefisien determinasi berganda (R^2) yang dihasilkan sebesar $0,489$ atau $48,9\%$ yang menunjukkan bahwa konsep diri (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar $48,9\%$. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep diri secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif oleh remaja muslim di Madiun.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Theodorus Mawo bahwa konsep diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Didukung oleh penelitian yang dilakukan Dwi Murwanti bahwa konsep diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori menurut Kotler, bahwa konsep diri menghadirkan gagasan bahwa identitas mereka ditunjukkan dan dicerminkan oleh kepribadiannya, yaitu kami adalah apa yang kami miliki, sehingga konsep diri juga memiliki peluang yang besar untuk mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif. Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang adalah konsep diri, setiap individu mempunyai kepribadian yang berbeda sehingga dapat mempengaruhi perilaku pembelian yang menyebabkan konsumtif. Perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja muslim dikarenakan mereka belum sepenuhnya memahami akan prioritas kebutuhannya, artinya semakin tinggi konsep diri, maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Begitupun sebaliknya, apabila semakin rendah konsep diri maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya.

Dalam islam seorang muslim yang melakukan istiqomah, maka telah melakukan sebuah usaha yang berkaitan dengan pengembangan pribadinya. Usaha tersebut dilandasi oleh kesadaran bahwa manusia memiliki kemampuan untuk menentukan apa yang paling baik untuk dirinya dalam rangka mengubah nasibnya menjadi lebih baik.⁷ Prinsip ini sesuai dengan prinsip mengubah nasib yang terungkap dalam firman Allah SWT dalam Surat Ar-Rad ayat 11 yaitu:

⁷ Muhammad Harfin Zuhdi, "Istiqomah Dan Konsep Diri Seorang Muslim," *Religia* Vol 14, No. 1 (2017): 111-127.

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya:

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."⁸

Setiap Muslim harus memperhatikan citranya sendiri, juga kekurangan dan kelebihan, serta lingkungannya. Sangat dianjurkan dalam ajaran Islam untuk mengingat bahwa setiap Muslim diwajibkan untuk melakukan evaluasi diri terhadap rasa cemburu (*muhasabah*) sebelum diadili di hari akhir.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Muslim Di Madiun

Berdasarkan hasil uji regresi linier diperoleh variabel gaya hidup (X_2) Thitung sebesar $3,274 > T_{\text{tabel}} 1,986$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup memberi pengaruh yang positif dan signifikan serta menarik perilaku konsumtif oleh remaja muslim di Madiun. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi gaya hidup dalam diri remaja maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif remaja tersebut.

Disamping itu juga dengan adanya nilai koefisien (R) sebesar 0,492 atau 49,2% yang berarti menunjukkan adanya korelasi yang kuat dari hubungan gaya hidup (X_2) dengan tingkat perilaku konsumtif (Y). Adapun nilai koefisien determinasi berganda (R^2) yang dihasilkan

⁸ Al-Qur'an, 13:11.

sebesar 0,242 atau 24,2% yang menunjukkan bahwa gaya hidup (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar 24,2%. Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif oleh remaja muslim di Madiun.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nahda Dahlan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Didukung oleh penelitian yang dilakukan Ahsan Lodeng bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori menurut Kotler & Keller, bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Setiap remaja muslim pasti memiliki keinginan untuk mengikuti setiap perkembangan yang ada sehingga hal tersebut mendorong untuk berperilaku konsumtif. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi gaya hidup remaja, maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah gaya hidup remaja, maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Dalam Al-Qur'an Allah telah menjelaskan dalam Surat Al-Baqarah ayat 216 :

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَىٰ أَن تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَىٰ أَن تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Terjemahan:

"Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui."⁹

Kesenangan adalah konsep relatif, beberapa orang puas dengan hal-hal sederhana sementara yang lain tidak puas. Masalah inilah yang dihindangi oleh para remaja, yakni ketidakpuasan. Gaya hidup seperti ini memberikan pengaruh negatif baik bagi dirinya maupun lingkungan.

3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Muslim Di Madiun

Berdasarkan hasil uji regresi linier diperoleh variabel penggunaan media sosial instagram (X_3) Thitung sebesar $3,169 > T_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup memberi pengaruh yang positif dan signifikan serta menarik perilaku konsumtif oleh remaja muslim di Madiun. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi gaya hidup dalam

⁹ Al-Qur'an, 2:216.

diri remaja maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif remaja tersebut.

Disamping itu juga dengan adanya nilai koefisien (R) sebesar 0,474 atau 47,4% yang berarti menunjukkan adanya korelasi yang kuat dari hubungan penggunaan media sosial instagram (X_3) dengan tingkat perilaku konsumtif (Y). Adapun nilai koefisien determinasi berganda (R^2) yang dihasilkan sebesar 0,224 atau 22,4% yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial instagram (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar 22,4%. Jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial instagram secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif oleh remaja muslim di Madiun.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizki Apriliana bahwa penggunaan media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori menurut Blumer & Kartz mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Remaja memiliki intensitas secara tinggi dalam penggunaan media sosial instagram dan berdampak pada perilaku konsumtif. Dengan kemudahan yang ada pada media sosial instagram, maka para remaja semakin gemar mengkonsumsi barang ataupun jasa yang sebenarnya tidak menjadi

prioritas utama. Mengingat salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor sosial yang berupa kelompok referensi. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif remaja. Sebaliknya, apabila semakin rendah penggunaan media sosial maka akan semakin rendah perilaku konsumtif remaja.

Dalam islam, diperbolehkan berinteraksi sesuai syariat yang telah diatur dalam Al-Qur'an dan Hadist, berinteraksi hendaknya sesuatu yang membawa kepada kebaikan dan saling mengingatkan agar tidak terjerumus pada kemungkaran. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat Ali Imran ayat 104 yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahan:

"Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung."¹⁰

¹⁰ Al-Qur'an, 3:104.

4. Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup, Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Muslim Di Madiun

Berdasarkan hasil regresi diketahui bahwa pada hasil uji regresi berganda memperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu sebesar $28,657 > 3,09$ pada tingkat signifikan kurang dari α yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga H_4 diterima. Artinya, variabel konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Selain itu, didukung dengan adanya nilai koefisien (R) sebesar 0,695 atau 69,5% yang berarti menunjukkan adanya korelasi yang kuat dari hubungan konsep diri (X_1), gaya hidup (X_2) dan penggunaan media sosial instagram (X_3) dengan perilaku konsumtif (Y). Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan sebesar 0,483 atau 48,3% yang menunjukkan bahwa pengaruh konsep diri (X_1), gaya hidup (X_2) dan penggunaan media sosial instagram (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar 48,3%.

Hal tersebut relevan dengan teori Kotler & Keller yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, kepribadian, konsep diri, pekerjaan, gaya hidup dan faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga. Pada dasarnya remaja muslim mudah terpengaruh dan cenderung mengikuti hal-hal yang sama agar

diterima dengan baik di lingkungannya misalnya saja dalam hal berpakaian atau membeli produk fashion untuk memenuhi gaya hidupnya. Seseorang yang mengkonsumsi kebutuhan tidak secara rasional akan cenderung memiliki gaya hidup yang berlebihan yang mencerminkan pola perilaku konsumtif. Jika seorang remaja muslim memiliki konsep diri yang negatif maka akan memiliki keinginan untuk merubah penampilan atau gaya hidupnya karena terinspirasi dengan aktivitasnya dalam bermain sosial media dan cenderung mengikuti gaya hidup yang kekinian.

Berdasarkan firman Allah yang tertulis di Al-Qur'an, yang tertuang pada Al-Qur'an Surat Al-Isra ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ
كَفُورًا

Terjemahan:

"Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya."¹¹

Ayat tersebut menyatakan bahwa konsumsi berlebihan, baik dalam bentuk barang atau jasa, dilarang bagi umat Islam. Sebagaimana yang ditegaskan dalam surat tersebut, bahwa orang yang melakukan pemborosan dan menikmati kemewahan adalah orang-orang yang termasuk ke dalam sekutu setan.

¹¹ Al-Qur'an, 17:27.

Berdasarkan pemaparan hasil pengujian, teori yang mendukung dan penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang sama dengan penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram merupakan faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah dilakukan berdasarkan hipotesis dari permasalahan yang diangkat maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif para remaja muslim di Madiun. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $3,681 > 1,986$ yang bernilai positif dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun.
2. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif para remaja muslim di Madiun. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $3,274 > 1,986$ yang bernilai positif dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun.
3. Penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap perilaku konsumtif para remaja muslim di Madiun. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $3,169 > 1,986$ yang bernilai positif dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan

media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun.

4. Konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif para remaja muslim di Madiun. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang memperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $28,657 > 3,09$, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_4 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim di Madiun.

B. Saran

Berikut beberapa saran yang dapat diberikaan terkait dengan penelitian ini:

1. Bagi Remaja

Bagi remaja diharapkan memiliki konsep diri yang baik, lebih memahami dirinya dan lebih percaya diri akan penampilan dirinya serta mensyukuri apa yang dimiliki sehingga tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar. Remaja hendaknya lebih bisa mengontrol dirinya terhadap suatu barang atau jasa yang dapat digunakan sesuai dengan manfaatnya serta lebih bisa mengatur hidupnya dengan mengalihkan waktu senggang untuk hal yang positif. Selain itu, remaja seharusnya lebih meminimalisir penggunaan media sosial instagram karena dalam hasil penelitian disebutkan bahwa penggunaan media sosial instagram dapat mempengaruhi perilaku konsumtif remaja.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini hanya membahas tiga faktor saja yaitu konsep diri, gaya hidup dan penggunaan media sosial instagram. Sehingga pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan perilaku konsumtif serta dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja.



DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: BPFE UGM, 2010.
- Angadita, Ritia. *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021.
- Anggraini, Ranti Tri, and Fauzan Heru Santhoso. "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja." *GADJAH MADA JOURNAL OF PSYCHOLOGY* Volume 3, no. No. 3 (2017): 144.
- Apriliana, Rizki. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Instagram Jurusan Ilmu Al-Qur'an & Tafsir IAIN Ponorogo." IAIN Ponorogo, 2018.
- Azwar, Saifuddin. *Reliabilitas Dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.
- Cendrawan, Julianti, and Clara R. P. Ajisukmo. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keinginan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 (2017): 203.
- Chrisnawati, Dian, and Sri Muliati Abdullah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)." *Jurnal Spittits* 2, no. 1 (2011): 1–14.
- Dahlan, Nahda. "Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya Dan Lifestyle Terhadap Berperilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Makassar." UIN Alauddin Makassar, 2020.
- Febriani, Nufian S, and Wayan Weda Asmara Dewi. *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*. Malang: UB Press, 2019.
- Gumulya, Jessica, and Mariyana Widiastuti. "Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul." *Jurnal Psikologi* Volume 11, no. Nomor 1 (2012): 51.
- Hanifah, Fitria Ulfa. "Pengaruh Kelas Sosial Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo." IAIN Ponorogo, 2021.
- Khrishananto, Riki, and Muhammad Ali Adriansyah. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Generasi Z." *Psikoborneo: Jurnal Imiah Psikologi* Vol 9, no. No. 2 (2021): 326.
- Kotler, Philip, and Gery Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Airlangga, 2006.
- Kurniawan, Agung Widhi, and Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Lodeng, Ahsan. "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam." UIN Raden Intan Lampung, 2018.
- Manalu, Marlina. "Korelasi Status Sosial Ekonomi Keluarga Terhadap Gaya Hidup

- Remaja Di Kota Pekanbaru.” *JOM FISIP Vol 4 No. 2 – Oktober 2017* 4, no. 2 (n.d.): 1–14.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Bandung: PT Refika Aditama, 2005.
- Margono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Mawo, Theodorus. “Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri Dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa.” *Journal of Economic Education JEE* 6 (1) (2017).
- Miranda, Sofia. “Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau.” *JOM FISIP Vol. 4 No.1 – Februari* (2017): 1–15.
- Mufarizzaturrizkiyah. *Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Muslim*. Cirebon: CV Elsi Pro, 2020.
- Munfaid, Achmad Sulthony. *Makalah Instagram*. Jombang: Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Peterongan, 2013.
- Murwanti, Dwi. “Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya Dan Budaya Kontemporer Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Smp Negeri 41 Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan* Vol 5, no. No 1 (2015): 40.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Prosedur, Tren, Dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Prasetyo, Yanto. “Gaya Hidup Dan Shopping Addiction.” *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia* 6, no. 2 (2017): 121–128.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Rahayu Tanama Putri, Budi. *Manajemen Pemasaran*. Bali: Universitas Udayana, 2014. 43.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 1998.
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2013.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenamedia Group, 2017.
- Storey, John. *Cultural Studies Dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra, 2006.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suma, Amin. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

- Sunyoto, Danang. *Praktik SPSS Untuk Kasus*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2011.
- Suprayitno, Eko. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Suryani, and Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Suyanto, Bagong. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Taniredja, Tukiran, and Hidayati Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Umar, Husein. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Widoyoko, Eko Putro. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Wulansari, Andhita Desy. *Aplikasi Statistic Parametrik Dalam Penelitian*. Ponorogo: STAIN PO Press, 2016.
- Zahrawati, Fauziyah, and Nahiyah Jaidi Faraz. "Pengaruh Kultur Sekolah Konsep Diri Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa." *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS* Vol 4, no. No. 2 (2017): 132.
- Zuhdi, Muhammad Harfin. "Istiqomah Dan Konsep Diri Seorang Muslim." *Religia* 14, no. 1 (2017): 111–127.
- Zulkarnain, Iskandar, Sakhyan Asmara, and Raras Sutatminingsih. *Membentuk Konsep Diri Melalui Budaya Tutur Tinjauan Psikologi Komunikasi*. Medan: Puspantara, 2020.
- Internet:
- Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021," dalam <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>, (diakses pada tanggal 26 November 2021, jam 13.21).
- Dewi Admin "Sampaikan Hasil Sensus Penduduk 2020, Wali Kota Apresiasi Kinerja BPS," dalam <https://www.madiunkota.go.id/2021/01/22/sampaikan-hasil-sensus-penduduk-2020-wali-kota-apresiasi-kinerja-bps/>, (diakses pada tanggal 19 Maret 2022, jam 10.35).
- <https://madiunkab.go.id/sejarah-kabupaten-madiun/>, (diakses pada tanggal 16 Maret 2022, jam 21.25).
- <https://pusdatin.kemkes.go.id>, (diakses pada tanggal 29 Mei 2022, jam 13.36).
- <https://www.madiunkota.go.id/wilayah-geografis/>, (diakses pada tanggal 19 Maret 2022, jam 10.20).