



# PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KELOMPOK TEMAN SEBAYA DAN *LIFESTYLE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI NEGERI DI KOTA MAKASSAR

Rusdi Raprayogha<sup>1</sup>, Muslimin Kara<sup>2</sup>, Nahda Dahlan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

<sup>3</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

E-mail: [rusdi.raprayoghauin-alauddin.ac.id](mailto:rusdi.raprayoghauin-alauddin.ac.id) Tlp. 082189838063

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh media sosial instagram, kelompok teman sebaya dan *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar. Variable yang digunakan dalam penelitian ini yaitu media sosial instagram, kelompok teman sebaya dan *lifestyle* sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder., dimana metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang disebar kepada seluruh mahasiswa yang ada di Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Dengan pengolahan data primer menggunakan teknik analisis *Statistical Package For Social Science (SPSS)* versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kelompok teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Serta media sosial instagram, kelompok teman sebaya dan *lifestyle* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

**Kata Kunci:** Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, *Lifestyle*, Perilaku Konsumtif

## 1. Pendahuluan

Indonesia pada umumnya telah mengalami perubahan yang begitu cepat menghaapi terpaan modernitas dan globalisasi yang menuntut manusia untuk bias mengikuti perkembangan zaman. Saat ini globalisasi terjadi hampir diseluruh aspek kehidupan termasuk bidang sosial ekonomi yang dapat dikatakan telah meningkatkan taraf kehidupan masyarakat. Sehingga Kegiatan konsumsi tidak akan pernah bisa lepas dari kehidupan manusia. Karena kebutuhan manusia tidak terbatas dan manusia harus dapat memenuhi setiap kebutuhannya. Namun pada hakikatnya manusia selalu saja merasa kurang atau selalu merasa tidak puas akan sesuatu. Apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan lain akan muncul.



## Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 3, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

Lubis, (dalam Adiputra dan Moningga, 2012: 78) mengemukakan bahwa Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*).

Adapun pendapat lain tentang perilaku konsumtif yang menyatakan : Konsumtif menjelaskan keinginan untuk memiliki atau mengkonsumsi barang secara berlebihan. Dan barang yang dikonsumsi biasanya kurang diperlukan dan bukan menjadi kebutuhan pokok (Sukari, 2013:127). Perilaku konsumtif yang dibiarkan begitu saja, dikhawatirkan dapat membawa dampak negatif bagi perekonomian seseorang atau bahkan perekonomian suatu negara. Hal ini diperparah apabila perilaku konsumtif dialami bukan hanya pada orang dewasa tetapi juga pada remaja yang sejatinya masih dalam masa tumbuh kembang dan proses pencarian jati diri. Pola hidup konsumtif sering dijumpai di kalangan generasi muda, yang orientasinya diarahkan kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan.

Perilaku konsumtif Mahasiswa menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan Mahasiswa di Kota Makassar. Ada banyak penyebab Mahasiswa berperilaku konsumtif seperti kemajuan teknologi yang memudahkan Mahasiswa melakukan belanja secara online melalui media sosial, banyaknya pusat pembelanjaan dan adanya perubahan lingkungan. Penyebab lain yaitu dikarenakan di Kampus Mahasiswa/i bertemu dengan Mahasiswa lain yang memiliki pergaulan dan pola pikir yang baru, *style* yang semakin berkembang, pengetahuan teknologi dan informasi yang lebih maju, dan lengkapnya fasilitas yang mereka miliki dan gunakan (misalnya: mobil/kendaraan, *smartphone*, dan *gadget* lainnya). Salah satu media sosial yang banyak digemari dan merupakan salah satu fitur unggulan di *smartphone* adalah instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Sistem sosial di dalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut akun instagram. Dan komunikasi antara pengguna instagram dapat terjalin dengan memberikan tanda suka (*like*) dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Di Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna instagram terbanyak, dan 89% pengguna layanan Instagram berasal dari kalangan usia 18 sampai 34 tahun yang mengakses instagram setidaknya seminggu sekali. Asosiasi penyelenggara jasa



## Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

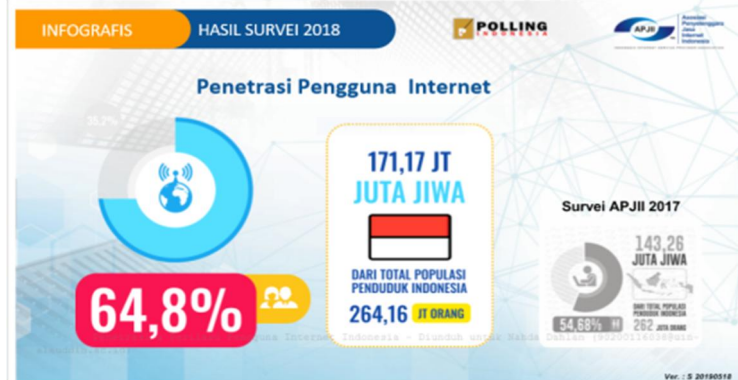
Volume 3, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

internet Indonesia (APJII) telah merilis hasil survey terkait pengguna internet diseluruh indonesia. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 1 Hasil Survey 2018 Penetrasi Pengguna Internet**

Sumber: APJII,2018

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa penetrasi pengguna internet pada tahun 2018 sebanyak 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia 264,16 juta orang. Dimana penggunaan internet sebanyak 64,8% pada tahun 2018. Remaja saat ini lebih memilih berbelanja menggunakan media sosial dengan alasan simple, hanya mengklik kemudian transfer lalu barang akan datang sendiri ke rumah. Salah satu media sosial yang saat ini sangat diminati adalah Instagram. Hal tersebut dapat di lihat pada tahun 2018 Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di 2018 yang dapat di lihat pada gambar berikut ini:



**Gambar 2 Hasil Survei 2018-pengguna internet indonesia**

Sumber: CNBC Indonesia,2018

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa sebesar 50,7% menggunakan media sosial Facebook. Sisanya, instagram sebesar 17,8%, Youtube 15,1%, Twitter 1,7% dan LinkedIn sebesar 0,4%. Di mana pada tahun 2018 jumlah



## Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 3, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 171,17 juta jiwa. Angka ini setara dengan 64,8% dari total penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terdapat penambahan pengguna internet di Indonesia mencapai 27,92 juta orang atau tumbuh 10,12%. Dimana media sosial instagram tetap berada di urutan kedua sebesar 17,8% sebagai konten media sosial yang sering dikunjungi di Indonesia.

Melalui media sosial instagram mahasiswa dapat mencari informasi apapun dan dimanapun. Tidak jarang media sosial instagram dijadikan ajang pamer bagi sebagian Mahasiswa. Karena Mahasiswa/i dapat memperbarui (*update*) aktivitas mereka. Padahal seharusnya sosial media dapat menjadi media yang memudahkan mereka dalam mencari teman belajar dengan mudah, mencari informasi terkait dengan pelajaran. Dengan banyaknya Mahasiswa yang mengakses media sosial seperti instagram sehingga membuat banyak produsen yang memasarkan produknya melalui media sosial instagram, sehingga terjadilah aktivitas jual beli secara *online*. Produsen menjadikan kalangan remaja sebagai salah satu target pasar yang potensial, karena Mahasiswa mudah terbuju rayuan iklan, suka mengikuti teman, tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Belum lagi unsur-unsur budaya asing seperti pola pergaulan *hedonis* telah melekat pada gaya hidup mahasiswa.

Mahasiswa yang menuntut ilmu di kota makassar datang dari berbagai wilayah baik itu dari daratan sulawesi maupun dari luar sulawesi dengan membawa budaya yang beragam. Faktor lingkungan memberikan peranan sangat besar terhadap pembentukan perilaku konsumtif seseorang. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Kholilah (2008), yang menunjukkan bahwa teman-teman merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Mahasiswa dapat berperilaku konsumtif karena Mahasiswa cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok teman sebaya agar diterima dengan baik di kelompok. Dampak sosial dari perilaku konsumtif adalah dapat menciptakan kesenjangan antar sesama. Kelompok teman sebaya sebagai kelompok yang lebih memberikan pengaruh dalam memilih cara berpakaian, hobi, perkumpulan dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya. Karena terkadang Mahasiswa membeli sesuatu bukan karena kebutuhan tapi karena pendapat orang lain sangat penting bagi dirinya dan ia ingin tampil menarik seperti teman-temannya.

Kecenderungan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yang pada intinya dapat dibedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup (*lifestyle*). Hal tersebut sejalan dengan pendapat Triyaningsih bahwa kebanyakan orang yang melakukan perilaku konsumtif dikarenakan keinginan mengikuti trend gaya hidup (Triyaningsih, 2011: 172).

Gaya hidup (*lifestyle*) adalah fungsi dari karakteristik individu yang telah terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana, gaya hidup juga dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan/ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan. Seperti yang dituliskan Jun Chizuwa (2015) dalam penelitiannya diketahui bahwa perubahan gaya hidup anak muda di Surakarta akibat berkembangnya *Mall* telah



mendorong budaya konsumtif di kalangan anak muda di Surakarta yang dianggap sebagai bagian dari gaya hidup modern dan berkiblat pada Barat. *Mall* juga menjadi budaya globalisasi warga di berbagai kota, terutama anak muda untuk menghindari *stereotip* “orang kampung”. Gaya hidup Mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Adanya perubahan gaya hidup dari generasi ke generasi karena adanya perubahan sosial di masyarakat dan lingkungan ekonomi yang berubah, merupakan peluang bagi pemasar untuk menciptakan produk-produk dan menyesuaikan produknya sesuai dengan gaya hidup yang dituju.

Pemasaran yang luas dan perkembangan teknologi informasi yang canggih yang telah terjadi saat ini di Indonesia khususnya di kota Makassar sehingga dapat mempengaruhi pola perilaku konsumtif mahasiswa yang ada di kota Makassar. Dari pemasaran yang luas dan perkembangan teknologi yang canggih sehingga Observasi awal yang dikemukakan di lapangan di kalangan mahasiswa di kota Makassar, yaitu terdapat mahasiswa yang pola hidup serba instan dimana banyak mahasiswa membeli suatu produk melalui *online* di karenakan menurut mahasiswa membeli secara *online* itu sangat mudah dan praktis karna tidak perlu lagi ke toko untuk membeli suatu produk yang diinginkan, cuman berdiam diri di rumah kita dapat membeli produk yang kita inginkan, dari pandangan tersebut dapat mempengaruhi pola belanja konsumtif mahasiswa. Seperti, mahasiswa yang gemar berbelanja *online*. Fenomena yang terjadi di lapangan tersebut dapat memberikan gambaran bahwa mereka menjadikan ruang yang tersedia sebagai tempat menghabiskan uangnya.

## 2. Metode

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Dimana penelitian kuantitatif merupakan salah satu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, sedangkan dalam pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Makassar dimana yang menjadi objek penelitian adalah Mahasiswa/I yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi negeri, untuk keperluan pengambilan data dan dapat mempermudah dalam melakukan penelitian serta mempermudah dalam pengolahan data dari hasil penelitian.

Dalam penelitian ini merupakan jenis data primer dan data sekunder. Dimana data primer dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner baik online maupun cetak. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari publikasi baik cetak maupun online yang tersedia untuk umum. Wijayanto, Setyo Hari. (2008).

Sumber data penelitian ini merupakan penggunaan data primer dan data sekunder. Dimana data primer yaitu data yang dihasilkan secara langsung dari subjek yang diteliti. sedangkan sumber data primer yang berasal dari responden dengan menggunakan kuesioner. dan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara. (Sugiyono, 2013). Teknik Kuesioner merupakan salah satu teknik dalam mengumpulkan informasi yang



memungkinkan dapat menganalisis, mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam usaha yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Teknik kuesioner adalah cara pengumpulan data primer dari para responden yang terpilih menjadi sampel penelitian. Kuesioner penelitian disusun dengan cara mengajukan pernyataan tertutup serta pilihan jawaban untuk disampaikan kepada sampel penelitian dengan pembobotan pernyataan yang telah dilampirkan. Wijayanto, Setyo Hari. (2008)

**Tabel 1 Data Mahasiswa PTN di Kota Makassar**

No	Ptn	Angkatan	Strata	Jumlah Mahasiswa (Orang)
1.	Universitas Hasanuddin	2018	Strata Satu	34079
2.	Universitas Negeri Makassar	2018	Strata Satu	31729
3.	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar	2018	Strata Satu	26052
JUMLAH MAHASISWA				91860

Sumber: Pangkalan Data Pendidikan Tinggi

Data diatas terdapat beberapa jumlah mahasiswa Perguruan tinggi negeri di kota Makassar yang berbeda, yaitu Universitas Hasanuddin, Universitas Negeri Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Dimana terdapat 34079 mahasiswa pada universitas hasanuddin, 31729 mahasiswa pada universitas negeri makassar dan 26052 mahasiswa pada universitas islam negeri alauddin makassar. Menurut Arikunto (2002) metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitiannya. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa metode penelitian adalah cara yang dipergunakan untuk mengumpulkan data yang di perlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian dalam mendapatkan data. Untuk memperoleh data sebagai bahan penelitian digunakan metode kuesioner/angket.

Pengertian metode angket menurut (Arikunto, 2002) “Angket adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang di ketahui”. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2008) “Angket atau kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel media sosial instagram memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,148 bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar  $1,895 > t\text{-tabel } 1,660$  serta memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,03 < 0,05$  yang artinya variabel media sosial instagram memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut berarti bahwa:



**H1:Media Sosial Instagram Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif, Diterima.**

Variabel kelompok teman sebaya memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,151 bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar 1,784 > t-tabel 1,660 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,04 < 0,05 yang artinya variabel kelompok teman sebaya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut berarti bahwa:

**H2:Kelompok Teman Sebaya Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif, Diterima.**

Variabel *lifestyle* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 1,056 bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar 7,620 > t-tabel 1,660 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,00 < 0,05 yang artinya variabel *lifestyle* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut berarti bahwa:

**H3: Lifestyle Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif, Diterima.**

Uji Simultan (Uji-f)

Uji simultan (uji-f) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara bersama-sama dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adapun hasil yang telah diolah oleh peneliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 2 Hasil Uji Simultan (Uji-f)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1623.836	3	541.279	78.069	.000 <sup>b</sup>
	Residual	665.604	96	6.933		
	Total	2289.440	99			

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

Sumber: Data Primer Yang Diolah (Output SPSS 22), 2020.

Berdasarkan hasil Uji Simultan menunjukkan bahwa nilai f-hitung 78,069 > f-tabel 3,09, dengan nilai probabilitas 0,000. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi perilaku konsumtif atau dapat dikatakan ketiga variabel bebas yaitu media sosial instagram, kelompok teman sebaya dan *lifestyle* secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut berarti bahwa:

**H4: Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya dan Lifestyle Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif, Diterima.**

**3.2 Pembahasan**

**Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara persial (uji-t), diperoleh nilai signifikansi variabel media sosial instagram sebesar 0,34 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebesar 0,05. Penelitian ini juga memperoleh hasil koefisien regresi variabel media sosial instagram sebesar 0,148, dengan nilai t-hitung 1,895 > t-tabel 1,660. Sehingga dapat



disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara media sosial instagram dan perilaku konsumtif, sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

#### **Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara persial (uji-t), diperoleh nilai signifikansi variabel kelompok teman sebaya sebesar 0,04 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebesar 0,05. Penelitian ini juga memperoleh hasil koefisien regresi variabel kelompok teman sebaya sebesar 0,151, dengan nilai t-hitung  $1,784 > t\text{-tabel } 1,660$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara kelompok teman sebadan perilaku konsumtif, sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

#### **Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara persial (uji-t), diperoleh nilai signifikansi variabel *lifestyle* sebesar 0,00 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebesar 0,05. Penelitian ini juga memperoleh hasil koefisien regresi variabel *lifestyle* sebesar 1,056, dengan nilai t-hitung  $7,620 > t\text{-tabel } 1,660$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *lifestyle* dan perilaku konsumtif, sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

#### **Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, Dan *Lifestyle* Terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara simultan (uji-f), diperoleh nilai f-hitung  $78,069 > f\text{-tabel } 3,09$ . Selain itu, tingkat signifikansi f-hitung  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial instagram, kelompok teman sebaya dan *lifestyle* secara bersama-sama (simultan)

#### **4. Simpulan**

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial instagram menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar. Begitupun dengan variabel kelompok teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar. Dan Variabel *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar. Ketika dilihat hubungan secara simultan antara media sosial instagram, kelompok teman sebaya dan *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar.



#### Daftar Pustaka

- Agustina. (2016). *Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja di SMA Negeri 3 Samarinda*. eJournal Ilmu Komunikasi,4(3): 410-420diunduh melalui [ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id](http://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id)
- Amaliyah,lutfhatul,& khasan setiaji. (2017). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram,Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas Xi Sma Negeri 1 Semarang*. *Economic Education Analysis Journal*,6 (3), 835-842.
- Andin. 2016. “*Hubungan Interaksi Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI di Sma N 6*”
- Anggасari, Rina E. Hubungan Tingkat Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif.Jurnal Psikologika No. 4, 1997
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). 2018. *HasilSurvey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, Di akses dari <https://apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>, pada 20 juni 2020
- Arikunto, S. 2002. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asri, Asti. “*Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas Xi Sma Negeri 1 Babelan*”. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi* Vol. 1, No.1, Oktober 2012.
- Chrisnawati, D., & Muliati, S. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)*. *Jurnal Spirits*. 2(1). Yogyakarta: Universitas Mercu Buana
- CNBC Indonesia. 2018. *Bukan instagram, orang RI paling doyang main facebook*. Melalui <https://www.cnbcindonesia.com>(Diakses pada tanggal 11 februari 2020 pada pukul 14:30 WITA)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 2015
- Dewi, Nurita, Rusdarti, & St. Sunarto. “*Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*”. *Journal of Economic Education* 6 (1) (2017) 29 – 35.
- Efendi, Mohammad Riki, & Sri Wahyuni, & Mukhamad Zulianto. “*Pengaruh Facebook Sebagai Social Media Marketing Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Jember)*”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial* 82 ISSN 1907-9990 | E-ISSN 2548-7175 | Volume 12 Nomor 1 (2018) DOI: 10.19184/jpe.v12i1.7591.
- F.T. Antow, Angelina. 2016. “*Pengaruh Layanan Online Shop (Belanja Online) Terhadap Konsumerisme Siswa Sma Negeri 9 Manado*”. *Ejournal “Acta Diurna”* Volume V. No.3
- Fitria, Eva Melita. 2015. *Dampak Online Shop Di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda*. eJournalIlmu



## Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 3, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

- Komunikasi. 1(3). hlm.117-128. Diunduh melalui [ejournal.ilkom.fisip-unmul.org](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.org). 18 September 2018
- Hidayatun, Umi. “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas Xi Sma Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/201”. E-Journal Bimbingan dan Konseling Edisi 10 Tahun ke-4 2015.
- Indriani, Lia. 2015. “Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Jenis Kelamin Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta
- Kadeni dan Srijani, Ninik. 2018. *Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STKIP PGRI Blitar*. Equilibrium. 6(1). hlm. 64. Yogyakarta: Universitas PGRI Madiun
- Kadeni dan Srijani, Ninik. 2018. *Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STKIP PGRI Blitar*. Equilibrium. 6(1). hlm. 64. Yogyakarta: Universitas PGRI Madiun
- Kanserina, D. (2015). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1).
- Kanserina, Dias. 2015. *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Ganesha Tahun 2015*. eJournal Undiksha. 5(1) . Universitas Pendidikan Ganesha. hlm. 31-32. Diakses 20 September 2018
- Loanas, Elisabeta., Dan Ivona Stoica. 2014. *Social Media And Its Impact On Costumers Bahvior. International Journal Of Economic Practices And Theories*. Vol.4. No.2. hlm.1-15.
- Mappiere, Andi. 1982. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Marwan, Nofriansyah. “Effect Of Self-Concept, Reference Group, Online Shop Social Media, And Lifestyle On Consumptive Behavior Of Students”. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 97.
- Miranda, Sofia. 2017. *Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*. Jom Fisip. Vol.4. No.1. hlm.1-10.
- Miranda, Sofia. *Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Ria*. JOM FISIP Vol. 4 No.1 – Februari 2017
- Murisal. 2012. *Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Puteri*. *Jurnal Ilmiah Kajian Gender*. 2(2). hlm. 203-204. Padang : Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol. Diunduh melalui [id.portalgaruda.org](http://id.portalgaruda.org). 19 September 2018
- Oktafikasari, Eva. 2017. *Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif*. *Economic Education Analysis Journal* Vol. 6, No. 3 hlm. 685
- Patricia, Nesa Lydia & Handayani S. 2014. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X”*. *Jurnal Psikologi*. 12(1). hlm.12. Jakarta : Universitas Esa Unggul



## Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 3, No. 2, 2021

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

- PDDikti (Pangkalan Data Pendidikan Tinggi). 2020. *Data perguruan tinggi*, di akses dari <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>, pada tanggal 26 juni 2020.
- Philip. “*Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Sneakers Branded Oleh Generasi Z Di Surabaya*”. AGORA Vol. 7, No. 2 (2019).
- Pristian, Rika F.A. 2016. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Ikip Pgri Bojonegoro*. Jurnal Edutama. 3(2). hlm. 52. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. IKIP PGRI Bojonegoro
- Purwaningsih, Sri, & Vinus Maulina, & Riril Mardiana Firdaus. “*Pengaruh Konsep Diri, Lingkungan Teman Sebaya, Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dengan Pengetahuan Teori Ekonomi Mikro Sebagai Variabel Intervening*”. Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE). e-ISSN: 2540-9247. Volume: 2, Nomor: 1.
- Sari, Chacha Andira. 2015. *Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga*. AntroUnairdotNet Vol. 4 No.2
- Sukari; Larasati, Ana, Mudjijono, Susilantin, dan Endah. 2013. “*Perilaku Konsumtif Siswa SMA di DIY*”. Yogyakarta: BPNB
- Triyaningsih, SL. 2011. *Dampak Online Marketing melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. III, No. II. hlm.172-177.