

PENGARUH TERPAAN KONTEN, GAYA HIDUP ISLAMI DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI PLATFORM TIKTOKSHOP PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH

Nadiatuzzahra¹, Syihabudin Said², Isti Nuzulul Atiah³

¹²³ Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

5554200062@untirta.ac.id

Abstract

This study aims to determine how exposure to content, Islamic lifestyle and income affect consumer behavior on the TikTokshop platform. In this study, the population was students majoring in Islamic economics using the Slovin formula. The research method used in this study is quantitative, the type of data used is primary where the sample taken was 76 respondents by distributing questionnaires via Google Form using purposive sampling techniques. The research analysis method was carried out using multiple linear regression with data processing using SPSS 23. The results of the study indicate that the variables of Content Exposure, Islamic Lifestyle and Income simultaneously have a significant effect on Consumptive Behavior with the results of F count > F table ($72,868 > 2.73$). Content Exposure has a significant effect on consumptive behavior with the results of T count > T table ($3.709 > 1.99$). Islamic Lifestyle has a significant effect on Consumptive Behavior with the results of T count>T table ($2.358 > 1.99$). Income does not have a significant effect on Consumptive Behavior with the results of T count<T table ($-0.135 < 1.99$).

Keyword : Islamic Lifestyle, Consumptive Behavior, Income, Content Exposure

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh terpaan konten, gaya hidup islami dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada *platform* tiktokshop. Pada penelitian ini populasinya mahasiswa jurusan ekonomi syariah menggunakan rumus Slovin. Metode penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah kuantitatif, jenis data yang dilakukan adalah primer dimana sampel yang diambil sebanyak 76 responden dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis penelitian dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Terpaan Konten, Gaya Hidup Islami dan Pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif

dengan hasil F hitung > F tabel ($72,868 > 2,73$). Terpaan Konten berpengaruh signifikan terhadap perilaku kosumtif dengan hasil T hitung > T tabel ($3,198 > 1,99$). Gaya Hidup Islami berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan hasil T hitung > T tabel ($2,358 > 1,99$). Pendapatan tidak berpengaruh signifikan dengan Perilaku Konsumtif dengan hasil T hitung < T tabel ($-0,135 < 1,99$).

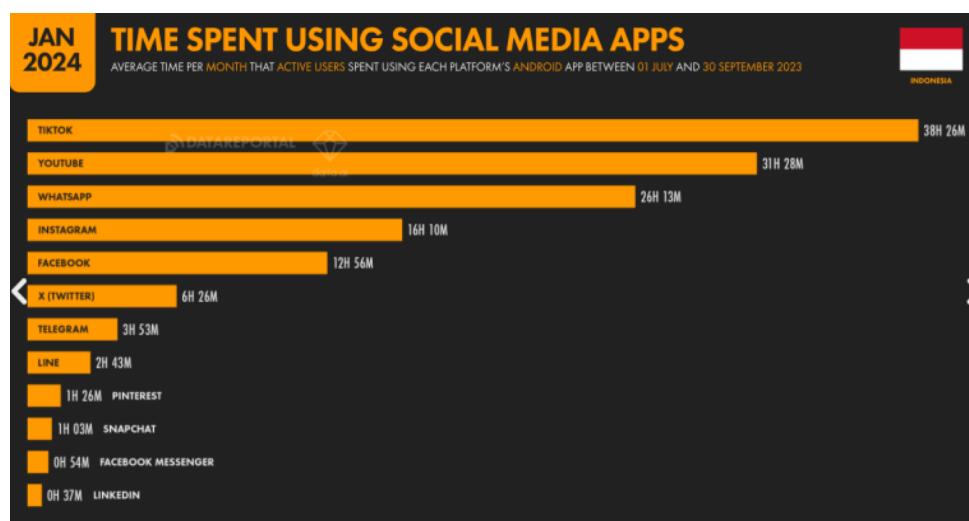
Kata Kunci : Gaya Hidup Islami, Perilaku Konsumtif, Pendapatan, Terpaan Konten

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat, hal tersebut menjadi pemicu tingginya tingkat konsumsi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Disisi lain, muncul sebuah fenomena dimana konsumsi bukan lagi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari akan tetapi untuk memenuhi keinginan yang tak terbatas. Persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk yang akan dikonsumsi mendorong meningkatnya permintaan terhadap produk tersebut (Harita et al., 2022).

Berdasarkan data pada laporan digital Tahun 2023 yang dirilis oleh *we are social*, banyak *platform* media sosial yang di download dan digunakan oleh seseorang dengan waktu selama $2 \frac{1}{2}$ jam untuk melakukan aktivitas mulai dari berbelanja, berhubungan, menghibur, hingga mencari informasi mengenai suatu produk (www.wearesocial.com).

Gambar 1.
Platform media sosial paling banyak digunakan



Dari beberapa *platfroms* diatas tiktok menjadi *platfroms* nomor 1 di Indonesia yang sering digunakan. Pengembangan aplikasi video pendek aplikasi TikTok pada

2021 di Indonesia mengalami peningkatan pesat, yaitu TikTokshop fitur terbaru dari aplikasi TikTok yang sedang ngetren sejak Maret 2021. Fitur tersebut menarik perhatian penggunanya dan menjadikan peluang bisnis yang besar bagi pelaku usaha. Pada program shopping 10.10 di Indonesia, TikTok shop berhasil mencatat peningkatan penjualan lebih dari 150 persen (Silvia, et al., 2023). TikTokshop menyediakan beragam jenis produk yang ditawarkan. Keberagaman produk yang ditawarkan oleh Tiktokshop memiliki berbagai kategori meliputi Handphone, Sepeda, Tablet, Aksesoris Gadget, Komputer, Laptop, Printer/Scanner, Media Penyimpanan Data, Fashion Wanita, Fashion Pria, Aksesoris Fashion, skincare, produk kecantikan, Peralatan Elektronik, Audio & Video, Perlengkapan Rumah Tangga, Perlengkapan Bayi, Sampai dengan Buku ataupun Alat Musik dan lain-lain. Pengaruh Tiktokshop dapat menyentuh para penggunanya terutama para remaja dalam berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang maupun menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi semata dan tidak lagi memandang manfaat dari barang maupun jasa tersebut. Perilaku konsumtif cenderung ditemui pada kalangan remaja. Dimana remaja melakukan perilaku konsumtif untuk memenuhi gaya hidup. Hal ini diperjelas oleh Loudon dan Bitta (dalam Suminar, 2015) yang mengemukakan bahwa remaja mudah terpengaruh dengan Perilaku konsumtif yang berlebihan dan kuat untuk mengonsumsi suatu produk.

Sebagai seorang muslim ada beberapa nilai tertentu yang harus diimplementasikan dalam berkonsumsi. Hal ini menjadikan setiap konsumen muslim harus menjalankan aktivitas konsumsi sesuai dengan tuntutan syariat dan menghindari perilaku-perilaku negatif seperti boros, berlebih-lebihan, tamak, serakah, dan sifat negatif lainnya. Kesadaran akan barang dan konsumsi yang halal merupakan hal yang pertama dalam membentuk pola gaya hidup islami dan hal tersebut sangat berhubungan dengan perilaku konsumtif seseorang (Rohim & Priyatno, 2021).

Berdasarkan hasil dari data pra-survey mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2020-2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa terdapat fenomena dilihat dari Terpaan konten dan gaya hidup islami. Hasil data menyatakan bahwa 21% yang tidak menerapkan gaya hidup islami dalam kehidupan sehari-harinya sedangkan yang menerapkan gaya hidup islami hanya 8% dari 31 mahasiswa. Kondisi ini menjadi perhatian penting karena idealnya, mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah mempelajari tentang pengetahuan gaya hidup yang sesuai dengan ajaran rasulullah serta pengetahuan ekonomi bagaimana pengelolaan keuangan dengan baik, namun pada hasil pra-survey tidak sedikit mahasiswa yang masih mengikuti gaya hidup negara-negara maju serta sebagian mahasiswa hanya mempelajari bukan menerapkan apa

yang sudah di pelajari. Saat ini pemilihan konsumsi yang dilakukan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar, akibatnya selain menyebabkan tidak terpenuhinya kebutuhan utama juga akan menyebabkan sikap yang konsumtif.

KAJIAN PUSTAKA

Tiktokshop

Tiktok Shop atau yang dikenal dengan Aplikasi toko online telah menjadi fenomena yang mendominasi kancah perdagangan di Indonesia dan dunia. Fenomena ini muncul seiring dengan kemajuan teknologi dan berkembangnya fasilitas internet. Di Indonesia, Tiktok Shop telah berkontribusi signifikan dalam mengubah cara konsumen berbelanja. (Venny, 2024).

Terpaan Konten

Terpaan media adalah kondisi ketika isi media menerpa individu tersebut. Terpaan media merupakan kondisi ketika khalayak diterpa oleh pemberitaan atau isi pesan-pesan di media secara terus menerus (Marta & Monica William, 2016).

Gaya Hidup Islami

Pandangan Yusuf Al-Qardhawi (2022) tentang gaya hidup masyarakat muslim berhubungan dengan aturan dalam ekonomi dan muamalat Islami salah satunya pada nilai utama Islam, Nilai tersebut adalah Rubiyah (Ketuhanan).

Pendapatan

Pendapatan dapat memiliki arti yang bermacam-macam, tergantung dari sisi mana untuk meninjau pengertian pendapatan tersebut. Pada penelitian ini akan fokus pada pendapatan yang dihasilkan oleh perorangan atau pribadi. Pendapatan dapat didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun) (Herlindawati, 2015).

Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif merupakan perilaku pada seseorang yang terjadi ketika individu mempunyai keinginan untuk selalu mengkonsumsi barang secara berlebihan. Individu selalu mencapai kepuasan akhir dengan megkonsumsi barang yang bukan sekedar mencukupi kebutuhannya tetapi untuk memenuhi keinginan-keinginannya (Sari, 2023).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Variabel dalam penelitian ini terdapat dua variabel independent

satu variabel dependen yaitu Terpaan konten, Gaya hidup islami, dan pendapatan, sedangkan variabel dependen yaitu Perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, sampel yang digunakan yaitu sebanyak 76 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Analisis inferensial dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 23.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Uji instrument dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Berikut hasil untuk uji validitas dan uji reliabilitas :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	Kesimpulan
Terpaan Konten	P1	0,606	Valid
	P2	0,571	Valid
	P3	0,697	Valid
	P4	0,425	Valid
	P5	0,477	Valid
Gaya Hidup Islami	P1	0,555	Valid
	P2	0,514	Valid
	P3	0,372	Valid
	P4	0,476	Valid
	P5	0,470	Valid
	P6	0,571	Valid
Pendapatan	P1	0,555	Valid
	P2	0,425	Valid
	P3	0,571	Valid
	P4	0,476	Valid
Perilaku Konsumtif	P1	0,677	Valid
	P2	0,522	Valid
	P3	0,538	Valid
	P4	0,754	Valid
	P5	0,710	Valid

Sumber: Output SPSS 23

Uji validitas berguna untuk mengetahui hubungan antar butir pernyataan dalam variabel X1, X2, X3 dapat dikatakan valid antar pernyataan apabila di dalam variabel r_hitung > r_tabel, yang dimana r_hitung merupakan nilai r hasil dari perhitungan

validitas dengan correlation product moment dari person. Sedangkan r_{tabel} dimana $df=n-2$ dan syarat signifikansinya adalah 5% maka di peroleh hasil untuk $r_{tabel} = 0,227$.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	r kriteria	Keterangan
Terpaan Konten	0,814	0,60	Reliabel
Gaya Hidup Islami	0,743	0,60	Reliabel
Pendapatan	0,609	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS 23

Dapat dilihat dari hasil output SPSS 23 pada tabel 2 diatas, Bahwa hubungan antar butir pernyataan pada seluruh variabel, berdasarkan hasil uji reliabilitas, menunjukkan nilai Cronbach Alpha yang melebihi kriteria yang ditetapkan untuk semua variabel. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya, serta layak digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan pengujian normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Berikut ini untuk hasil pengujinya.

Tabel 4. Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.59333356
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.050

Test Statistic	.068
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: hasil olah data dengan SPSS 23 (2024)

Berdasarkan data yang diperoleh, uji normalitas dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai Asym. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual dari keempat variabel sebelumnya mengikuti distribusi normal. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji normalitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal karena nilai signifikansi $0,200 > 0,05$.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients d	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.590	3.822		.154	.878		
	Terpaan konten	-.130	.295	-.095	-.440	.661	.270	3.704
	Gaya Hidup Islami	-.068	.239	-.049	-.282	.779	.413	2.422
	Pendapatan	1.143	.495	.575	2.309	.024	.202	4.949

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: hasil olah data dengan SPSS 23 (2024)

Hasil dari uji multikolonearitas dalam penelitian ini nilai tolerance untuk X1 = 0,270 ; X2= 0,413 ; X3= 0,202 maka tidak terjadi multikolonearitas dan juga VIF untuk X1= 3,704 ; X2= 2,422 ; X3 4,949 maka dapat disimpulkan tidak ada terjadinya multikolonearitas.

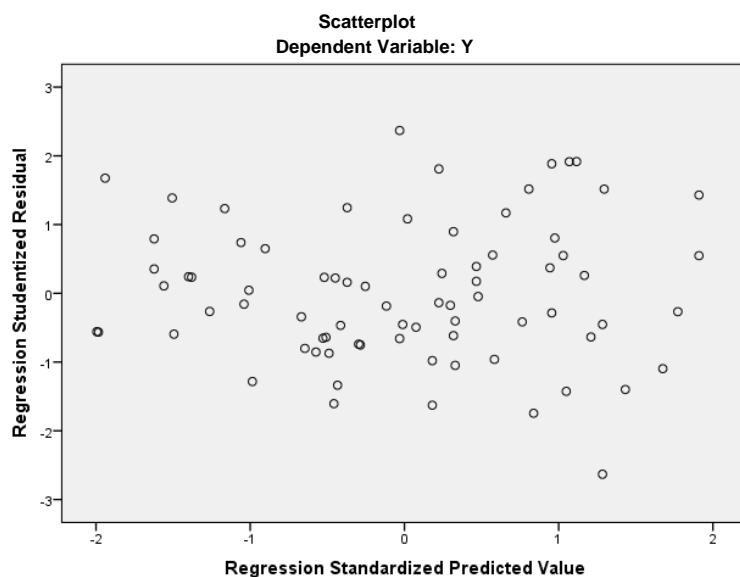
Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.087	.180		.481	.632
	Terpaan konten	-.011	.014	-.180	-.760	.450
	Gaya Hidup Islami	.018	.011	.299	1.563	.123
	Pendapatan	-.003	.023	-.034	-.125	.901

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 23 (2024)

Gambar 2. Scatterplot



Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 23 (2024)

Berdasarkan hasil tabel diatas, dari ketiga variabel independent (Terpaan konten, Gaya hidup islami dan Pendapatan) diperoleh hasil nilai Sig. > 5%. Karena nilai Sig. > 5% maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas dan hasil uji dapat

dilanjutkan. Berdasarkan gambar 2 Terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y (daerah positif dan negatif) serta tidak berbentuk pola. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa persamaan regresi terbatas dari asumsi heterokedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel X1, X2, X3 terhadap Y, Model penelitian ini dapat dijelaskan dengan model linier sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3$$

berikut adalah hasil dari uji analisis regresi linier berganda pada tabel 7. sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.160	1.001		1.160	.251
	Terpaan konten	.429	.134	.643	3.198	.002
	Gaya Hidup Islami	.246	.104	.356	2.358	.022
	Pendapatan	-.038	.281	-.039	-.135	.893

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 23 (2024)

Berdasarkan hasil diatas maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3$$

$$Y = 1,160 + 0,429 X_1 + 0,246 X_2 + (-0,038) X_3$$

Dari hasil persamaan regresi diatas maka dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta 1,160 yang artinya jika nilai variabel terpaan konten (X_1), gaya hidup islami (X_2), Pendapatan (X_3) memiliki nilai= 0 maka nilai variabel perilaku konsumtif (Y) = 1,160
- Nilai koefisien regresi terpaan konten (X_1) sebesar 0,429 dan bernilai positif yang berarti apabila variabel terpaan konten naik sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu perilaku konsumtif akan naik juga sebesar 0,429 begitupun sebaliknya.

- Nilai koefisien regresi gaya hidup islami (X_2) sebesar 0,246 dan bernilai positif yang berarti apabila variabel gaya hidup islami naik sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu perilaku konsumtif akan naik juga sebesar 0,246 begitupun sebaliknya.
- Nilai koefisien pendapatan (X_3) sebesar -0,038 dan bernilai negatif yang berarti apabila variabel pendapatan naik sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu perilaku konsumtif akan naik sebesar -0,038 begitupun sebaliknya.

Uji t (Uji Signifikan Parsial)

Uji T merupakan uji data untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi signifikan variabel dependen (terkait). (Ghozali 2016) Dari hasil perhitungan didapatkan T tabel sebesar= 1,99 yang didapatkan dari $df=n-k = 76-3= 73$ (n merupakan jumlah sempel dan k merupakan jumlah variabel bebas) dari hasil olah data menggunakan SPSS 23 for windows didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Tabel	Sig.
	B	Std. Error				
1 (Constant)	1.160	1.001		1.160	1,99	.251
Terpaan konten	.429	.134	.643	3.198	1,99	.002
Gaya Hidup Islami	.246	.104	.356	2.358	1,99	.022
Pendapatan	-.038	.281	-.039	-.135	1,99	.893

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 23, (2024)

Berdasarkan tabel di atas, maka memperoleh hasil uji signifikansi parsial (uji t) sebagai berikut :

- Hasil Uji t variabel Terpaan konten (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y) diketahui nilai thitung pada variabel ini adalah sebesar 3.198 dan nilai ttabel 1,99. Dimana nilai thitung > ttabel = 3.198 > 1,99, dengan nilai sig 0,002 < 0,05. Maka dengan demikian, terpaan konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

- Hasil Uji t variabel Gaya hidup islami (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) diketahui nilai thitung pada variabel ini adalah sebesar 2,242 dan nilai dan nilai ttabel = 1,99. Dimana nilai thitung > ttabel = 2,358 > 1,99, dengan nilai sig 0,022 < 0,05. Maka dengan demikian, gaya hidup islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima.
- Hasil Uji t variabel Lokasi (X3) terhadap Minat Menabung (Y) diketahui nilai thitung pada variabel ini adalah sebesar 2,238 dan nilai ttabel = t (a/2 ; n-k-1) = t (0,05/2 ; 77-3-1 = (0,025 ; 73) = 1,993. Dimana nilai thitung > ttabel = 2,238 > 1,993, dengan nilai sig 0,028 < 0,05. Maka dengan demikian, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima.

Uji f (Simultan)

Berikut adalah hasil uji f pada penelitian ini :

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	F Tabel	Sig.
1	Regression	320.335	3	106.778	72.868	2,73	.000 ^b
	Residual	86.457	59	1.465			
	Total	406.792	76				

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Pendapatan, Gaya Hidup Islami, Terpaan konten

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 23 (2024)

Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

Jika nilai sig. < 0,05. Maka dikatakan memiliki pengaruh signifikan Y.

Jika f hitung > f tabel. Maka dikatakan memiliki pengaruh signifikan Y.

Dari hasil uji F diatas dapat dilihat dari F hitung adalah 72,868 dengan nilai f tabel adalah 2,73 (Df1=k-1, Df2=n-k) yang menjadikan f hitung > f tabel (72,868 > 2,73). Dari hasil uji F diatas pula dapat dilihat hasil signifikan yaitu 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa variabel terpaan konten (X1), gaya hidup islami (X2) dan pendapatan (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y).

Uji Koefesien Determinasi (R2)

Berikut ini hasil perhitungan uji koefesien determinasi dari data yang diperoleh.

Tabel 10. Hasil Uji Koefesien Determinasi (R2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.887 ^a	.787	.777	1.21053
a. Predictors: (Constant), Pendapatan, Gaya Hidup Islami, Terpaan konten				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 23 (2024)

Berdasarkan data diatas dari tabel summary bahwa dapat diketahui nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,777. Maka dari hasil olah data SPSS 23 *for windows* dan dengan rumus $KD = 0,777 \times 100\% = 77\%$. Menunjukan bahwa pengaruh yang di sumbangkan oleh variabel terpaan konten (X1), gaya hidup islami (X2), dan pendapatan (X3) terhadap variabel terikat perilaku konsumtif (Y) sebesar 77% sedangkan sisanya 23% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Pengaruh terpaan konten terhadap perilaku konsumtif

Terpaan konten didapatkan hasil t hitung sebesar 3,198 dan memiliki nilai t tabel sebesar 1,99 maka dari itu nilai t hitung $>$ t tabel ($3,198 > 1,99$). Sedangkan nilai signifikan pada variabel terpaan konten adalah 0,002 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dan dapat dinyatakan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel terpaan konten (X1) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah. Sebab pada saat ini konten memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial, seperti TikTok. Semakin sering video konten promosi muncul pada beranda kita, maka akan semakin besar pengaruhnya pada perilaku konsumtif karena terpapar konten promosi terus menerus.

Pada dasarnya terpaan konten adalah dengan mendengarkan, melihat dan membaca pesan-pesan media atau dengan memperlihatkan pesan-pesan yang akan terjadi kepada seseorang maupun beberapa orang. Paparan media dapat terjadi pada masyarakat secara individu ataupun kelompok (Ihsan, 2016). Terpaan konten mengacu pada seberapa sering seseorang menggunakan media lebih lebih jauh lagi,

terpaan konten bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan daya tahan media tersebut (Setianingsih, 2017).

Terpaan konten tiktok dengan perilaku konsumtif saling berhubungan berdasarkan temuan Fauziah menunjukkan korelasi yang kuat dan menguntungkan antara kebiasaan menonton mahasiswa di tiktok dan kebiasaan pembelian mereka. Kebiasaan menonton mahasiswa meningkat seiring dengan intensitas melihat konten di tiktok. Disisi lain mahasiswa akan semakin jarang berperilaku konsumtif jika mereka semakin jarang menonton di tiktok (Fauziah, 2021).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramudia Nugroho & Rumyeni (2024) dalam penelitiannya menyatakan hasil bahwa Terpaan Konten berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selaras dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Azzahra Aulia & Farid Rusdi (2022) yang memiliki hasil dalam penelitiannya bahwa terpaan konten berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh gaya hidup islami terhadap perilaku konsumtif

Variabel gaya hidup islami didapatkan nilai t hitung sebesar 2,358 dan memiliki nilai t tabel 1,99 maka dari itu t hitung $>$ t tabel ($2,358 > 1,99$). Sedangkan nilai sig. Pada variabel gaya hidup islami adalah 0,002 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dan dinyatakan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup islami berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pada dasarnya, gaya hidup Islami mengajarkan kesederhanaan dan pengendalian diri dalam kehidupan sehari-hari. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip gaya hidup Islami secara konsisten. Meski mereka memahami dan mempelajari konsep gaya hidup Islami, banyak yang masih belum mampu mengimplementasikannya secara tepat. Mahasiswa sering kali merasa bahwa apa yang mereka lakukan, seperti pakaian syar'i atau produk dengan nilai Islami, sudah sesuai dengan ajaran agama.

Namun, jika kebiasaan ini dilakukan secara berlebihan dan tanpa kontrol, hal tersebut dapat berubah menjadi perilaku konsumtif tanpa disadari. Mahasiswa ekonomi syariah mempelajari berbagai permasalahan ekonomi yang dihadapi umat manusia, salah satunya kegiatan konsumsi. Di sinilah mahasiswa ekonomi syariah memiliki pedoman dasar untuk melaksanakan kegiatan konsumsi yang baik dan benar berdasarkan ilmu syariah yang dipelajari. Oleh karena itu, sebagai mahasiswa yang terdaftar di program studi ekonomi syariah haruslah memberikan contoh yang baik untuk menerapkan bagaimana melakukan kegiatan ekonomi dengan benar dan sesuai dengan ajaran Islam. Apapun yang telah dipelajari harus diterapkan dengan perilaku nyata di kehidupan sehari-hari, agar segala ilmu yang telah

dipelajari bisa dimanfaatkan dengan secara ideal. Melihat fakta tersebut, hanya diri sendiri yang bisa menentukan ke mana arah hidup yang akan dijalankan untuk memilih konsumsi seperti apa yang akan diterapkan oleh masing-masing individu.

Islam mengajarkan untuk tidak bergaya hidup berlebih-lebihan, hidup sederhana yang berarti mengkonsumsi sesuatu sebutuhnya saja. Ayat dalam Al-Quran yang mengajarkan untuk tidak hidup berlebihan dalam Qur'an surah al-Isra'29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَعْلُولَةً إِلَى عُنْقٍكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَعْدُ مُلُومًا مَّحْسُورًا

"Janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (kikir) dan jangan (pula) engkau mengulurkannya secara berlebihan sebab nanti engkau menjadi tercela lagi menyesal."

Ayat di atas menjelaskan pemakaian harta yang tidak secara berlebih-lebihan dan ditunjukkan agar senantiasa berada ditengah-tengah atau selalu menyeimbangkan tidak berlebihan dan tidak pula kikir.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzan Bahamianto Fajirin & Rachma Indrarini (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap perilaku konsumsi islami. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yunus (2024), dengan hasil menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif

Variabel pendapatan didapatkan nilai t hitung -0,135 dan memiliki nilai t tabel 1,99 maka dari itu t hitung $<$ t tabel ($-0,135 < 1,99$). Sedangkan nilai sig. Pada variabel pendapatan adalah 0,893 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 dan dinyatakan tidak signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Meskipun secara teori pendapatan berbanding lurus dengan konsumsi, tetapi dalam konteks mahasiswa pendapatan mahasiswa cenderung tetap seperti mahasiswa sering mendapatkan pendapatan berupa uang saku dari orang tua atau beasiswa, meskipun tidak banyak tetapi cukup untuk kebutuhan utama, kebutuhan dasar mahasiswa (seperti tempat tinggal, makanan pokok, dan pendidikan) sudah ditanggung oleh keluarga atau pihak lain. Beberapa mahasiswa lebih besar pengeluaran konsumsinya dari pada pendapatannya sehingga pendapatan mereka tidak menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan konsumsi. Media sosial dan platform belanjapun sering menawarkan kemudahan untuk pembayaran menggunakan paylater atau cicilan, yang memungkinkan mahasiswa berbelanja tanpa

bergantung pada pendapatan saat ini, serta adanya promosi diskon dan harga murah pada platform tiktokshop membuat mahasiswa merasa mampu membeli barang meskipun pendapatannya terbatas.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Nur Aini & Sri Rahayuningsih (2024) dalam penelitiannya menyatakan hasil bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinta Tambunan, Nofinawati, Hamni Fadlilah Nasution (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.

Pengaruh terpaan konten, gaya hidup islami dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif

Terpaan konten, gaya hidup islami dan pendapatan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen perilaku konsumti. Dilihat dari hasil uji f hitung adalah 72,868 dengan nilai f tabel adalah 2,73 ($Df_1 = k - 1$, $Df_2 = n - k$) yang menjadikan $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ ($72,868 > 2,73$). Maka dapat dikatakan variabel terpaan konten (X_1), gaya hidup islami (X_2) dan pendapatan (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y). Dengan nilai signifikan yaitu 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Maka hasil dari uji F adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya bahwa variabel terpaan konten (X_1), gaya hidup islami (X_2) dan pendapatan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif (Y).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai terpaan konten, gaya hidup islami dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif melalui platform tiktokshop pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah universitas sultan ageng tirtayasa. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji parsial (Uji t) didapatkan hasil untuk variabel terpaan konten (X_1) dengan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,198 > 1,99$) dan nilai $\text{sig. } 0,002 < 0,05$. Maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui *platform* tiktokshop pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah.
2. Dari hasil uji parsial (Uji t) didapatkan hasil untuk variabel gaya hidup islami (X_2) dengan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,358 > 1,99$) dan nilai $\text{sig. } 0,002 > 0,05$. Maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui *platform* tiktokshop pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah.
3. Dari hasil uji parsial (Uji t) didapatkan hasil untuk variabel pendapatan (X_3) dengan nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ($-0,135 < 1,99$) dan nilai $\text{sig. } 0,893 > 0,05$. Maka dapat

dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui *platform* tiktokshop pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah.

Referensi

- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal Emt Kita*, 7(1), 47-61.
- Mulyawan, I. N. R., Dartiningsih, M. W., & Mahayani, A. M. N. (2022). Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shoping Pada Prodi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pgri Mahadewa Indonesia Tahun 2022. *Widyadari*, 23(2), 317-328.
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola konsumsi dalam implementasi gaya hidup halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis (M-JESB)*, 4(2), 26-35.
- Nst, V. F. H., Asmuni, A., & Anggraini, T. (2024). Review of *Fiqh Muamalah On The Forms Of Online Buying And Selling Contracts In The Tiktok Shop Application*. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 10804-10812.
- Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun@nazwaadinda_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya. *Prologia*, 6(2), 304-311.
- Azzahra, D., & Fatira, M. (2023). Pengaruh diskon dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembayaran menggunakan shopeepaylater pada shopee. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 4(1), 222-229.
- Herlindawati, D. (2015). Pengaruh kontrol diri, jenis kelamin, dan pendapatan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal ekonomi pendidikan dan kewirausahaan*, 3(2), 158-169.
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Sayhrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research*, 1(2), 137-151.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Delapan ed.). Semarang.
- Nugroho, P. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Video#Ootd di Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau. *Communications*, 6(1), 45-62.
- Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun@nazwaadinda_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya. *Prologia*, 6(2), 304-311.
- Fajirin, F. B., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Islami pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif di Surabaya). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 156-167.



- Yunus, M. (2024). Pengaruh Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon. *Ameena Journal*, 2(2), 183-198.
- Aini, P. N., & Rahayuningsih, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pekerja Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 1-9.

