



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 204/E/KPT/2022
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v11i2.31300>
Volume 11, No. 2, 2026 (1008 - 1028)

DETERMINAN PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z MUSLIM DI ERA DIGITAL

Okta Febriansyah¹, Herlina Yustati², Eeng Juli Efrianto³

¹⁻³ Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
okta.febri03@gmail.com¹, herlina.yustati@mail.uinfasbengkulu.ac.id²,
eeng.efrianto@mail.uinfasbengkulu.ac.id³

Abstract

This study aims to analyze the various determinants of consumer behavior among Generation Z Muslims in Pagar Dewa Village, Bengkulu City. The variables tested as determinants in this study include hedonic lifestyle, self-control, and peer environment. The method used was a quantitative approach with a causal associative research approach. Primary data were collected through questionnaires from a sample of 2,836 people using quota sampling. Data analysis was performed using multiple linear regression using SPSS version 29 software. The results showed that partially, hedonic lifestyle and peer environment were determinants with a positive and significant influence on consumer behavior. However, self-control was found to have a significant positive influence, thus disproving the initial assumption that self-control was a negative determinant of consumer behavior. Simultaneously, these three variables were significant determinants influencing consumer behavior, contributing 47.1%.

Keywords: *Consumer Behavior, Determinants, Hedonic Lifestyle, Self-Control, Peer Environment.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai determinan perilaku konsumtif pada Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa, Kota Bengkulu. Variabel yang diuji sebagai determinan dalam penelitian ini meliputi gaya hidup hedonis, kontrol diri, dan lingkungan teman sebaya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dari sampel yang diambil menggunakan teknik quota sampling terhadap populasi sebanyak 2.836 jiwa. Analisis data dilakukan dengan teknik regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, gaya hidup hedonis dan lingkungan teman sebaya merupakan determinan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, variabel kontrol diri ditemukan memiliki arah pengaruh positif yang signifikan, sehingga asumsi awal mengenai kontrol diri sebagai determinan negatif terhadap perilaku konsumtif dinyatakan tidak terdukung. Secara simultan, ketiga variabel tersebut merupakan determinan signifikan yang memengaruhi perilaku konsumtif dengan kontribusi sebesar 47,1%.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, Determinan, Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri, Lingkungan Teman Sebaya.*

1. Pendahuluan

Di era digital, perilaku konsumtif semakin menonjol, terutama di kalangan para Generasi Z. Dengan pesatnya perkembangan tren digital, pola hidup masyarakat semakin bergeser menuju preferensi akan hal-hal yang serba cepat, mudah, dan praktis, yang kesemuanya dapat diakses dengan mudah melalui perangkat *smartphone*. Menurut Akhmad Sudrajat, Generasi Z memiliki karakteristik perilaku dan kepribadian yang cukup berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka dikenal sangat mahir dalam teknologi, sosial, serta multitasking, dengan ambisi besar untuk sukses yang diiringi preferensi pada hal-hal praktis dan cepat (Nurmalia et al., 2024). Data Sensus Penduduk 2020 dari BPS juga mengkonfirmasi Generasi Z lahir 1997–2012 mendominasi struktur penduduk Indonesia dengan persentase 27,94% (BPS Indonesia, 2021). Dominasi ini bahwa Generasi Z menjadi kekuatan utama dalam fase bonus demografi terhadap perkembangan sosial dan ekonomi. Namun, pola konsumsi mereka cenderung lebih mengutamakan kepuasan instan dan prestise, berbeda dengan generasi pendahulu yang lebih berorientasi pada pengumpulan asset (Satira, 2022).

Perilaku konsumtif mencerminkan pola tindakan yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan didorong oleh keinginan yang telah melampaui batas-batas kewajaran. Perilaku ini melekat pada individu ketika mereka melakukan pembelian yang tidak didasarkan pada kebutuhan (*need*), tetapi semata-mata dipengaruhi oleh keinginan (*want*) yang bersifat subjektif (Kediri Press, 2022). Keinginan untuk mengonsumsi secara berlebihan disebut konsumerisme. Konsumerisme, yang semula muncul sebagai gerakan perlindungan konsumen untuk memperjuangkan hak-hak mereka, telah banyak dijelaskan. Secara historis, konsumerisme mencerminkan upaya yang diselenggarakan oleh konsumen yang bekerja sama dengan pemerintah untuk memperjuangkan, melindungi, dan meningkatkan hak-hak mereka sebagai konsumen. Kemudian, istilah ini mendapat konotasi negatif, yang menggambarkan konsumsi berlebihan atau konsumsi yang merusak, dipicu oleh kemajuan teknologi modern serta ideologi materialisme-positivisme (Yustati et al., 2026).

Perspektif Ekonomi Islam memandang fenomena ini sebagai tantangan terhadap ketentuan Allah yang bersifat teistis *rabbaniyah*, moral, dan etis *khuluqiyah*. Dalam teori ekonomi konvensional, kepuasan (*utility*) hanya dimaknai sebagai terpenuhinya kebutuhan fisik. Namun, dalam Islam kepuasan dikenal dengan istilah *masalahah*, yaitu terpenuhinya kebutuhan fisik maupun spiritual secara seimbang

berdasarkan nilai syariah. Seorang muslim dalam mencapai kepuasan harus memastikan barang yang dikonsumsi adalah halal secara zat maupun cara perolehannya, serta tidak bersifat *israf* (berlebihan) dan *tabzir* (sia-sia). Perilaku konsumtif yang berlebihan dianggap tidak sejalan dengan ajaran yang mendorong hidup sederhana. Sayangnya, rambu-rambu doktrin ini seringkali diabaikan oleh konsumen muslim demi pemenuhan kepuasan sesaat yang tidak dibenarkan oleh syariat. Dalam Islam, konsumsi merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani seseorang, agar ia mampu berusaha sebagai hamba Allah SWT guna meraih kesejahteraan duniawi dan ukhrawi. Oleh karena itu, perilaku konsumsi seorang muslim harus mencerminkan kedekatannya kepada Allah SWT. Islam telah memberikan panduan bagi umatnya dalam berkonsumsi, yaitu dengan menghindari barang haram, tidak pelit, serta tidak rakus. (Martinelli, 2019)

Beragam penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi faktor-faktor pendorong perilaku ini. Salah satu yang paling dominan adalah gaya hidup hedonis. Menurut Solomon gaya hidup hedonis adalah perilaku atau kebiasaan seorang individu untuk menghabiskan waktunya hanya untuk bersenang-senang bersama teman sepermainan dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungannya (Khairat et al., 2018). Gaya hidup adalah kerangka acuan yang digunakan seseorang dalam berperilaku, yang pada akhirnya membentuk pola tingkah laku khas. Khususnya, hal ini mencerminkan bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat terkait dengan pembentukan citra diri di mata masyarakat, sesuai dengan status sosial yang dimilikinya. Untuk merefleksikan citra tersebut, diperlukan simbol-simbol status tertentu yang berperan besar dalam memengaruhi pola konsumsinya (Efrianto, 2023). Merujuk pada (Sumantri & Kurniawati, 2023), gaya hidup ini ditandai dengan upaya individu mengejar kepuasan materi dan penampilan demi kesenangan semata, sering kali mengabaikan fungsi barang. Temuan mereka menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi sebesar 29,1%. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat hedonisme seseorang, semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

Faktor internal lain yang tak kalah pentingnya adalah kontrol diri, terutama bagi individu yang sudah mandiri secara finansial. Kontrol diri didefinisikan Roberts dalam Ghufron sebagai suatu jalinan yang secara utuh atau terintegrasi antara individu dengan lingkungannya. Individu yang memiliki kontrol diri tinggi berusaha menemukan dan menerapkan cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi (Ramadhana et al., 2022). Berdasarkan penelitian (Nurfaizah et al., 2022), pada pekerja dewasa awal, ditemukan korelasi negatif yang kuat antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif sebesar -0,703. Artinya, individu dengan kontrol diri tinggi cenderung mampu menekan perilaku konsumtif secara efektif, sementara mereka yang memiliki kontrol diri rendah lebih sulit menahan keinginan belanja sehingga tingkat konsumsinya meningkat.

Selain faktor internal, lingkungan teman sebaya juga memberikan pengaruh eksternal yang signifikan. Menurut Santrock teman sebaya adalah sekelompok individu yang memiliki tingkat usia atau tingkat kedewasaan yang sama. Sejalan

dengan pemikiran Tirtarahardja & Sula bahwa teman sebaya merupakan suatu kumpulan dari orang-orang yang memiliki kesamaan usianya (Danurahman et al., 2023). Penelitian (Bado et al., 2022), menyimpulkan bahwa interaksi dengan teman sebaya berdampak positif terhadap perilaku konsumtif. Mekanisme ini terjadi karena adanya dorongan untuk mengikuti tren atau kebiasaan dalam lingkungan pergaulan demi diterima oleh kelompoknya, yang pada akhirnya memicu perilaku konsumtif.

Kelurahan Pagar Dewa menjadi pilihan utama sebagai lokasi penelitian karena merupakan wilayah dengan jumlah penduduk terbanyak di Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu, yakni 22.290 jiwa pada tahun 2025. Kepadatan ini menjadikan lokasi tersebut sangat representatif untuk menggambarkan perilaku ekonomi masyarakat urban secara kolektif (Rosdiana et al., 2025). Fakta ini semakin kuat dengan data BPS yang menunjukkan bahwa pengeluaran non-makanan di Kota Bengkulu telah mencapai 58,25%, melampaui pengeluaran untuk makanan. Angka ini menjadi indikator jelas adanya pergeseran budaya konsumsi yang masif menuju kebutuhan gaya hidup pada penduduk di wilayah tersebut (Bengkulu, 2024).

Penelitian ini tidak hanya memandangi perilaku konsumtif sebagai fenomena sosial semata, tetapi juga mengkaji bagaimana perilaku tersebut beririsan dengan prinsip konsumsi dalam ajaran Islam. Oleh karena itu, studi ini berfokus pada Generasi Z berusia 20–28 tahun di Kelurahan Pagar Dewa, Kota Bengkulu, untuk mengetahui sejauh mana gaya hidup hedonis, kontrol diri, dan lingkungan teman sebaya memengaruhi perilaku konsumtif dalam perspektif Islam.

2. Kajian Pustaka Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan menggunakan barang/jasa tanpa membedakan keinginan dan kebutuhan, didorong gaya hidup mewah secara berlebihan demi kepuasan pribadi, tanpa pertimbangan rasional. (Yahya & Bangsa, 2021) Menurut Mangkunegara, ini melibatkan pengambilan keputusan langsung untuk memperoleh dan memakai barang/jasa. (Angelia et al., 2021) Secara umum, perilaku ini lebih dipicu oleh impuls emosional daripada kebutuhan fungsional, seperti pembelian berlebih akibat tren, media sosial, atau keinginan tampil modis. Ciri utamanya: tidak berbasis kebutuhan primer, labil emosional, kepuasan sementara, dan rentan pengaruh digital. (Dwi Syahban et al., 2025)

Dalam Islam, ini disebut israf (berlebihan/boros), yang dilarang karena memenuhi nafsu secara sadar. Islam membagi konsumsi menjadi hajat (kebutuhan wajar untuk hidup dan manfaat) dan syahwat (keinginan boros untuk kesenangan semata). Muslim wajib konsumsi sesuai syariat sebagai wujud syukur kepada Allah SWT (Saleh et al., 2023). Menurut Mowen dan Minor, berikut adalah indikator-indikator yang menunjukkan perilaku konsumtif pada seseorang:

- a. Pembelian bermotif hadiah.

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

b. Tertarik pada kemasan yang menarik.

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

c. Membeli produk untuk mempertahankan gengsi dan penampilan.

Individu memprioritaskan produk yang dianggap dapat meningkatkan atau mempertahankan citra dan status sosialnya, seringkali mengabaikan barang lain yang lebih dibutuhkan (Jannah, 2020).

Adapun faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif (Faktor Eksternal)

1. Kebudayaan : Konsumen sebagai makhluk sosial yang dipengaruhi budaya, yang diturunkan antargenerasi. Modernisasi dari pola tradisional ke modern mendorong pembelian barang sesuai perkembangan zaman, membentuk sikap dan perilaku seumur hidup.
2. Kelas Sosial: Kelas sosial membagi masyarakat berdasarkan kemampuan ekonomi, pekerjaan, gaji, tanggung jawab, dan gaya hidup. Perbedaan ini secara langsung mempengaruhi cara individu atau keluarga memanfaatkan sumber daya.
3. Kelompok Referensi: Kelompok referensi adalah kumpulan individu yang saling berinteraksi untuk tujuan bersama, mempengaruhi perilaku dan keputusan pembelian orang lain secara signifikan.
4. Keluarga: Keluarga adalah lingkungan terdekat pembeli, di mana anggota saling mempengaruhi pilihan pembelian, sehingga berperan dominan dalam membentuk keputusan akhir.(Athallah et al., n.d.)

Faktor internal:

1. Pribadi: Dipengaruhi usia, tahap kehidupan, pekerjaan, kondisi ekonomi (pendapatan, tabungan, aset likuid), gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri. Perubahan siklus hidup dan jenis pekerjaan mempengaruhi pilihan produk atau jasa.
2. Gaya Hidup: Pola hidup yang tercermin dari kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Lebih mendalam dari kelas sosial, yang merupakan kelompok homogen dengan hierarki tetap, nilai, minat, dan perilaku serupa antaranggota.
3. Psikologis: Dipengaruhi empat faktor utama, Motivasi : Dorongan kuat dari kebutuhan fisiologis (lapar, haus) atau psikogenis (pengakuan, harga diri, penerimaan sosial), Persepsi : Proses memilih, mengorganisir, dan menginterpretasikan informasi lingkungan menjadi gambaran bermakna, mempengaruhi perhatian, distorsi, dan pengingatan, Pengetahuan : Perubahan perilaku dari pengalaman sebelumnya, Kepercayaan : Keyakinan atau pemikiran deskriptif tentang objek, orang, merek, atau fenomena.(Luddiana, 2024)

Gaya Hidup Hedonis

Istilah "*hedonisme*" berakar dari kata dalam bahasa Yunani, "*hedone*", yang bermakna kesenangan. Secara filosofis, paham ini menempatkan pencapaian



kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan tertinggi dalam kehidupan. Implikasinya, gaya hidup hedonistik mendorong seseorang untuk lebih banyak beraktivitas di luar rumah guna mencari hiburan dan bersosialisasi dengan teman. Ciri khas lain dari gaya hidup ini adalah kecenderungan untuk melakukan pembelian barang-barang yang sering kali tidak fungsional, semata didorong oleh euforia kepemilikan, serta hasrat untuk terus-menerus menjadi pusat perhatian dalam pergaulan sosial (Prihastutik & Fahmawati, 2023).

Menurut Solomon gaya hidup hedonis adalah perilaku atau kebiasaan seorang individu untuk menghabiskan waktunya hanya untuk bersenang-senang bersama teman sepermainan dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungannya (Khairat et al., 2018). Reynold & Draden mengatakan bahwa gaya hidup hedonis memiliki 3 aspek, di antaranya yaitu:

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

Ketiga dimensi inilah yang kemudian menjadi indikator gaya hidup hedonis yang dinamakan dengan teori AIO (Activity, Interest, dan Opinion) (Sumantri & Kurniawati, 2023).

Kontrol Diri

Pengertian kontrol diri adalah kemampuan untuk membimbing tingkah lakunya sendiri; kemampuan untuk menekan atau merintangai impuls-implus atau tingkah laku yang impulsif. Kontrol diri didefinisikan Roberts dalam Ghufroon sebagai suatu jalinan yang secara utuh atau terintegrasi antara individu dengan lingkungannya. Individu yang memiliki kontrol diri tinggi berusaha menemukan dan menerapkan cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Kontrol diri mempengaruhi individu untuk mengubah perilakunya sesuai dengan situasi sosial sehingga dapat mengatur kesan lebih responsif terhadap petunjuk situasional, fleksibel, dan bersikap hangat serta terbuka. Kontrol diri, di sisi lain, didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghentikan kesenangan naluriah langsung serta keputusan untuk mencapai tujuan masa depan yang biasanya dinilai secara sosial (Nurfaizah et al., 2022).

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

1. Kontrol Perilaku: Aspek ini merujuk pada kapasitas individu untuk mengatur dan mengendalikan tindakan atau reaksinya ketika menghadapi situasi yang tidak menyenangkan atau penuh tekanan.
2. Kontrol Kognitif: Aspek ini merupakan kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan atau menimbulkan stres melalui serangkaian proses mental. Proses ini meliputi menilai, menginterpretasi, dan mengintegrasikan suatu peristiwa ke dalam kerangka pikirnya sebagai suatu bentuk adaptasi psikologis.
3. Kontrol Keputusan: Aspek ini adalah kemampuan individu untuk mengambil suatu tindakan dan menentukan pilihan berdasarkan keyakinan atau nilai-nilai pribadi yang dipegang teguhnya.

Secara keseluruhan, kontrol diri memainkan peran yang krusial dalam proses pengambilan keputusan. Kemampuan ini memungkinkan individu untuk memilih dengan lebih baik, baik ketika dihadapkan pada berbagai peluang maupun dalam menggunakan kebebasannya untuk mengevaluasi berbagai alternatif tindakan (Khoirunnisa, 2021).

Lingkungan Teman Sebaya

Menurut Santrock teman sebaya adalah sekelompok individu yang memiliki tingkat usia atau tingkat kedewasaan yang sama. Sejalan dengan pemikiran Tirtarahardja & Sula bahwa teman sebaya merupakan suatu kumpulan dari orang-orang yang memiliki kesamaan usianya (Danurahman et al., 2023). Lingkungan teman sebaya merupakan sebuah lingkup sosial yang memiliki karakteristik, norma, aturan, serta budaya yang berbeda dari lingkungan keluarga. Bagi Generasi Z, lingkungan ini berfungsi sebagai ruang untuk berinteraksi dan menjalani kehidupan bersama dengan individu lain di luar lingkup keluarganya. Dalam proses pergaulan tersebut, Generasi Z kerap berinteraksi secara intens dengan teman-teman sebayanya. Berbagai interaksi ini memberikan dampak yang signifikan baik yang bersifat positif maupun negatif salah satunya yaitu dalam membentuk perilaku konsumtif (Maris & Listiadi, 2021).

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

1. Kualitas Hubungan Sosial: Merupakan pola interaksi dan relasi yang dibangun individu dengan anggota kelompok sebaya dalam lingkungan sosialnya.
2. Intensitas Partisipasi dalam Interaksi: Mengacu pada sejauh mana keterlibatan aktif seseorang dalam berbagai kegiatan dan komunikasi bersama teman sebaya.
3. Dukungan Sosial dari Teman Sebaya: Mencakup adanya bantuan, penerimaan, dan dorongan yang diberikan oleh anggota kelompok sebaya terhadap individu.

Indikator-indikator tersebut merepresentasikan peran lingkungan teman sebaya dalam membentuk pengalaman sosial individu (Maris & Listiadi, 2021).

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, yang telah dirumuskan dalam bentuk kalimat tanya. Disebut sementara karena

penjelasannya masih bersumber dari teori-teori terkait, bukan dari fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesis juga bisa didefinisikan sebagai tanggapan teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, bukan tanggapan yang bersifat empiris (Sugiyono, 2020). Berdasarkan latar belakang masalah serta landasan teori yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti menyusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Ha1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.
2. Ha2 : Terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.
3. Ha3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa.
4. Ha4 : Terdapat pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri, dan Lingkungan Teman Sebaya yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Di Era Digital Di Kelurahan Pagar Dewa

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian lapangan melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian di Kelurahan Pagar Dewa, Kota Bengkulu, untuk memperoleh data primer. Sifat penelitian bersifat kausal asosiatif, yang bertujuan menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen yaitu Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap variabel dependen Perilaku Konsumtif. Pendekatan kuantitatif berdasarkan filsafat positivisme digunakan untuk menguji hipotesis pada sampel tertentu (Sugiyono, 2020). Pemilihan lokasi di Kelurahan Pagar Dewa bersifat purposive, mengingat wilayah ini sebagai pusat kegiatan pendidikan dan ekonomi dengan populasi terbesar di Kecamatan Selebar (22.290 jiwa), sehingga representatif untuk menganalisis dinamika Generasi Z.

Target populasi adalah individu usia 20–28 tahun di Kelurahan Pagar Dewa sebanyak 2.836 jiwa. Pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan teknik kuota sampling, yaitu memilih responden berdasarkan kriteria spesifik hingga terpenuhinya kuota. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disusun dengan skala Likert 4 poin (dari Sangat Setuju hingga Sangat Tidak Setuju). Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 29.0.2.0, dengan teknik Regresi Linear Berganda untuk menilai pengaruh variabel independen secara simultan dan parsial. Sebelum uji hipotesis, data melalui uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas) guna memastikan model regresi memenuhi syarat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Deskripsi Responden

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Pagar Dewa, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu wilayah administratif dengan 53 RT dan 8 RW serta populasi terbesar

sekitar 22.290 jiwa hingga 2025 menggunakan kuota sampling untuk merekrut 97 responden Generasi Z berusia 20–28 tahun (100%), yang terdistribusi dengan kelompok 20–22 tahun sebanyak 37 orang (38,1%), 23–25 sebanyak tahun 23 orang (23,7%), dan 26–28 tahun sebanyak 37 orang (38,1%). Demografi responden meliputi laki-laki sebanyak 53 orang (54,6%) dan perempuan sebanyak 44 orang (45,4%), dengan kuota laki-laki lebih besar disesuaikan karakteristik lokal yang memudahkan akses selama penelitian, sementara bidang pekerjaan didominasi karyawan swasta sebanyak 52 orang (53,6%), wiraswasta sebanyak 15 orang (15,5%), pelajar sebanyak 13 orang (13,4%), freelance sebanyak 6 orang (6,2%), IRT sebanyak 2 orang (2,1%), ojol sebanyak 2 orang (2,1%), pekerja harian sebanyak 2 orang (2,1%), karyawan butik sebanyak 1 orang (1%), PNS/ASN sebanyak 1 orang (1%), buruh sebanyak 1 orang (1%), guru sebanyak 1 orang (1%), dan bekerja sebanyak 1 orang (1%), sehingga menyajikan profil peserta yang komprehensif untuk analisis sosial ekonomi wilayah tersebut.

4.2. Hasil Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas instrumen dilakukan menggunakan metode Korelasi Product Moment Pearson, dengan mengkorelasikan skor setiap item pertanyaan terhadap total skor variabel terkait. Uji ini sampel diterapkan pada uji coba sebanyak 30 responden. Kriteria validitas ditentukan berdasarkan dua aspek: (1) nilai signifikansi ($p\text{-value} < 0,05$ menunjukkan item valid, sedangkan $\geq 0,05$ tidak valid); serta (2) nilai koefisien korelasi ($r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ menunjukkan valid, sedangkan $< r\text{-tabel}$ tidak valid). Nilai $r\text{-tabel}$ sebesar 0,361 diperoleh dari derajat kebebasan *Degrees of Freedom* (Df) ($df = n - 2 = 30 - 2 = 28$) pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) (Darma, 2021). Hasil uji validitas dirangkum pada tabel berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas

No	variabel	indikator	r hitung	Sig	r tabel	Status
X1	Gaya Hidup Hedonis	X1.1	0,842	0,000	0,361	Valid
		X1.2	0,900	0,000	0,361	Valid
		X1.3	0,826	0,000	0,361	Valid
X2	Kontrol Diri	X2.1	0,860	0,000	0,361	Valid
		X2.2	0,862	0,000	0,361	Valid
		X2.3	0,757	0,000	0,361	Valid
X3	Lingkungan Teman Sebaya	X3.1	0,801	0,000	0,361	Valid
		X3.2	0,848	0,000	0,361	Valid
		X3.3	0,758	0,000	0,361	Valid
Y	Perilaku Konsumtif	Y.1	0,870	0,000	0,361	Valid
		Y.2	0,846	0,000	0,361	Valid
		Y.3	0,893	0,000	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel di atas, seluruh item pernyataan untuk mengukur variabel Gaya Hidup Hedonis (X1), Kontrol Diri (X2), Lingkungan Teman Sebaya (X3), dan

Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,361). Secara rinci, rentang r-hitung berada antara 0,757 hingga 0,900, sementara nilai signifikansi (Sig.) untuk setiap item adalah 0,000 jauh di bawah ambang batas 0,05.

Dengan demikian, berdasarkan perbandingan r-hitung terhadap r-tabel serta Sig. terhadap taraf signifikansi, kesimpulan bahwa semua butir pernyataan instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis data lanjutan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai apakah suatu kuesioner dapat dipercaya atau tidak. Sebuah kuesioner dianggap dapat diandalkan apabila tanggapan seseorang terhadap pernyataan pernyataan yang tetap konsisten dan tidak berubah jika diisi ulang (Sugiyono, 2020). Hasil dari pengujian reliabilitas tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil Uji Cronchbach's Alpha	Ambang Batas Cronchbach's Alpha	Keterangan
X1	0,812	0,60	Reliabel
X2	0,770	0,60	Reliabel
X3	0,711	0,60	Reliabel
Y	0,838	0,60	Reliabel

Instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup Hedonis (X1) memiliki Cronbach's Alpha = 0,812 (reliabel); Kontrol Diri (X2) = 0,770 (reliabel); Lingkungan Teman Sebaya (X3) = 0,711 (reliabel); serta Perilaku Konsumtif (Y) = 0,838 (reliabel). Oleh karena itu, kesimpulannya, seluruh instrumen penelitian memenuhi kriteria reliabilitas dan layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memverifikasi apakah data mengikuti distribusi normal, menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Proses penyaringan data sistematis diterapkan guna memenuhi asumsi normalitas residu (Ghozali, 2018), sehingga residu berdistribusi normal secara memadai. Pada pengujian awal dengan 97 responden Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa, terdapat 8 data outlier (sisa ekstrem) yang mengganggu distribusi. Data tersebut dihapus, menghasilkan sampel akhir sebanyak 89 responden yang memenuhi syarat untuk analisis lanjutan. Hasil uji normalitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.93844778
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.089
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.067
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan pelaksanaan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov sebagaimana tercantum dalam tabel lampiran, diperoleh nilai Asymp (2-tailed) sebesar 0,067. Dengan mempertimbangkan bahwa angka signifikansi tersebut melampaui batas kritis 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa sisa dari model regresi telah memenuhi asumsi distribusi normal. Dengan demikian, prasyarat fundamental untuk penerapan parameter statistik telah tercapai secara memadai.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan mendeteksi korelasi tinggi antar variabel independen dalam model regresi, yang dapat menyebabkan estimasi koefisien tidak akurat karena variabel saling tumpang tindih. Pengujian menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) , dengan kriteria: $VIF \geq 10$ atau toleransi $\leq 0,1$ menandakan adanya multikolinieritas (Indartini & Mutmainah, 2024). Hasil uji multikolinieritas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas

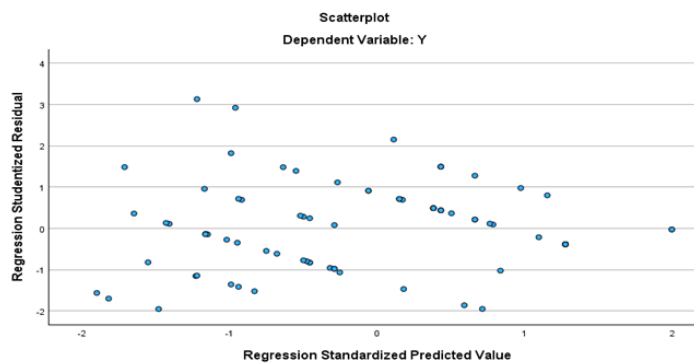
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.075	.953		4.276	<.001		
	X1	.192	.055	.312	3.478	<.001	.747	1.340
	X2	.212	.086	.196	2.455	.016	.940	1.064
	X3	.258	.052	.432	4.951	<.001	.788	1.269
a. Dependent Variable: Y								

Hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai korelasi antar variabel independent yaitu variabel gaya hidup hedonis (X1) mempunyai nilai output

VIF $1,340 < 10$ dan nilai output tolerance $0,747 > 0,1$ dan variabel kontrol diri (X2) mempunyai nilai output VIF $1,064 < 10$ dan nilai output tolerance $0,940 > 0,1$, serta variabel lingkungan teman sebaya (X3) mempunyai nilai output VIF $1,269 < 10$ dan nilai output tolerance $0,788 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independent yang diteliti.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan bahwa tidak terdapat keterkaitan atau asosiasi antara komponen kesalahan (residu) dengan setiap variabel bebas dalam model. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dalam suatu model penelitian, salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah dengan menganalisis grafik scatterplot yang menggambarkan hubungan antara nilai taksiran variabel terikat dan variabel-variabel bebas (Indartini & Mutmainah, 2024). Hasil uji heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Grafik scatterplot yang ditampilkan di atas menunjukkan bahwa titik-titik yang ada pada grafik tidak membentuk pola atau kecenderungan tertentu. Penyebaran titik-titik tersebut terjadi secara acak dan terdistribusi secara merata, baik di bagian atas maupun di bagian bawah nilai 0 pada sumbu (Y). Berdasarkan kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

4.4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda diterapkan bertujuan untuk mengidentifikasi besaran dampak yang ditimbulkan oleh variabel-variabel bebas, yaitu Gaya Hidup Hedonis (X1), Kontrol diri (X2), dan Lingkungan Teman Sebaya (X3) terhadap variabel terikat yaitu Perilaku Konsumtif (Y). Hasil pengujian regresi linier berganda dapat diperhatikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.075	.953		4.276	<.001
X1	.192	.055	.312	3.478	<.001
X2	.212	.086	.196	2.455	.016
X3	.258	.052	.432	4.951	<.001

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan nilai Unstandardized Coefficients (B), diperoleh persamaan regresi:

$$Y=4,075+0,192X1+0,212X2+0,258X3$$

Artinya:

- Konstanta sebesar 4,075 menunjukkan bahwa apabila variabel gaya hidup hedonis, kontrol diri, dan lingkungan teman sebaya bernilai nol, maka perilaku konsumtif bernilai 4,075.
- Koefisien X1 sebesar 0,192 berarti setiap peningkatan satu satuan gaya hidup hedonis akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,192 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.
- Koefisien X2 sebesar 0,212 berarti setiap peningkatan satu satuan kontrol diri akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,212 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.
- Koefisien X3 sebesar 0,258 berarti setiap peningkatan satu satuan lingkungan teman sebaya akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,258 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

4.5. Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t merupakan prosedur statistik yang berfungsi menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas secara terpisah terhadap variabel terikat dalam suatu model regresi linier. Berikut hasil uji t yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. 6 Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.075	.953		4.276	<.001
X1	.192	.055	.312	3.478	<.001
X2	.212	.086	.196	2.455	.016
X3	.258	.052	.432	4.951	<.001

a. Dependent Variable: Y

Penjelasan hasil uji t untuk masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel Gaya Hidup Hedonis memiliki tingkat signifikansi sebesar $<,001$ lebih kecil dari 0,05 sementara nilai t-hitung yang diperoleh yaitu sebesar 3,478 lebih besar dari nilai t-tabel ($df = 89 - 3 - 1 = 85$) = 1,988; sehingga H_01 ditolak dan H_{a1} diterima. Maka demikian hipotesis yang menyatakan bahwa “Gaya hidup hedonis (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Muslim di Era Digital di Kelurahan Pagar Dewa, Kota Bengkulu” diterima.

b. Pengaruh Kontrol Diri (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel Kontrol Diri memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05 sementara nilai t-hitung yang diperoleh yaitu sebesar 2,455 lebih besar dari nilai t-tabel ($df = 89 - 3 - 1 = 85$) = 1,988; sehingga H_02 ditolak dan H_{a2} diterima. Namun, dikarenakan arah koefisien regresi bernilai positif (0,212) sedangkan hipotesis yang diajukan bernilai negatif, maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Kontrol diri (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Muslim di Era Digital di Kelurahan Pagar Dewa, Kota Bengkulu” tidak terdukung (ditolak).

c. Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel Lingkungan Teman Sebaya memiliki tingkat signifikansi sebesar $<,001$ lebih kecil dari 0,05 sementara nilai t-hitung yang diperoleh yaitu sebesar 4,951 lebih besar dari nilai t-tabel ($df = 89 - 3 - 1 = 85$) = 1,988; sehingga H_03 ditolak dan H_{a3} diterima. Maka demikian hipotesis yang menyatakan bahwa “Lingkungan teman sebaya (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Muslim di Era Digital di Kelurahan Pagar Dewa, Kota Bengkulu” diterima.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F dipakai untuk menguji signifikansi pengaruh secara simultan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah pengaruhnya signifikan secara keseluruhan atau tidak. Hasil uji F dapat dilihat dari hasil pada tabel berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji f (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.253	3	24.751	27.146	$<.001^b$
	Residual	77.500	85	.912		
	Total	151.753	88			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan tabel ANOVA di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar $<,001$ lebih kecil dari 0,05. Sementara itu, nilai F-hitung yang diperoleh yaitu sebesar 27,146. Nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan F-tabel yang dicari

melalui tabel distribusi F dengan rumus: $[df1 (k) = 3] [df2 (n - k - 1) = 89 - 3 - 1 = 85]$ maka diperoleh nilai F-tabel sebesar 2,71. Karena nilai signifikansi $<,001 < 0,05$ dan nilai F-hitung $27,146 > F\text{-tabel } 2,71$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka demikian hipotesis yang menyatakan bahwa “Gaya Hidup Hedonis (X1), Kontrol Diri (X2), dan Lingkungan Teman Sebaya (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim di Era Digital di Kelurahan Pagar Dewa, Kota Bengkulu” diterima.

4.6. Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi (R²) merupakan ukuran statistik yang menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Berikut hasil uji determinasi pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.489	.471	.95487

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel Model Summary di atas, diketahui nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,471. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 47,1% variabel Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen yaitu Gaya Hidup Hedonis (X1), Kontrol Diri (X2), dan Lingkungan Teman Sebaya (X3). Sedangkan sisanya sebesar 52,9% (100% – 47,1%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

4.7. Pembahasan Penelitian

Pengaruh Gaya Hidup Hedonis (X1) terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1), terbukti bahwa variabel Gaya Hidup Hedonis (X1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Hal ini didukung oleh nilai t-hitung sebesar 3,478 yang lebih tinggi dari t-tabel 1,988, serta nilai signifikansi $<0,001$ yang jauh berada di bawah ambang batas 0,05. Dengan demikian, hipotesis H1 diterima, yang menyiratkan bahwa semakin meningkat gaya hidup hedonis di kalangan Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa, semakin tinggi pula intensitas perilaku konsumtif yang mereka lakukan.

Temuan ini sejalan dengan landasan teori yang dibahas pada Bab II, terutama mengenai karakteristik gaya hidup hedonis yang menjadikan kesenangan dan kenikmatan sebagai prioritas utama. serupa dijelaskan oleh Solomon, individu dengan orientasi hedonis cenderung menghabiskan waktu untuk aktivitas rekreasi dan mencari perhatian sosial, yang pada akhirnya mendorong pembelian barang-barang yang sebenarnya bukan kebutuhan pokok (Khairat et al., 2018). Kondisi ini semakin diperkuat oleh kondisi lokasi penelitian di kawasan perkotaan, di mana akses mudah ke berbagai pusat dunia dan kafe yang memfasilitasi ekspresi gaya hidup hedonis tersebut. Akibatnya, Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa

dengan tingkat hedonisme tinggi berpotensi lebih rentan terjerumus ke dalam pola konsumsi yang tidak rasional dan berlebihan, sebagaimana dikenal dalam istilah israf dalam perspektif Islam.

Lebih lanjutnya, hasil penelitian ini mendapat pembelajaran empiris dari studi-studi sebelumnya. Misalnya, penelitian (Salsabilla & Wicaksono, 2025) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan Self-Control Terhadap Perilaku Konsumtif pada Gen-Z” menemukan pengaruh positif dan signifikan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada kelompok Generasi Z, dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih rendah dari 0,05. Demikian pula penelitian (Pratiwi & Saputra, n.d.) berjudul “Determinan Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Kabupaten Boyolali” menunjukkan hasil uji t dengan signifikansi 0,000 dan t-hitung 9,540 yang melebihi t-tabel 1,663, sehingga menyimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif online pada Generasi Z.

Pengaruh Kontrol Diri (X2) terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua (H2), variabel Kontrol Diri (X2) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) . Bukti statistiknya adalah t-hitung = 2,456 > t-tabel = 1,988 dengan Sig. = 0,016 < 0,05 . Artinya, semakin tinggi tingkat kontrol diri Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa, semakin meningkat pula intensitas perilaku konsumtif mereka. Oleh karena itu, H2 (pengaruh negatif) ditolak .

Temuan ini tampak kontradiktif dengan teori konvensional pada Bab II, khususnya pandangan Roberts yang mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan individu menyalurkan perilaku dengan norma sosial secara fleksibel dan responsive seharusnya mampu menahan impuls konsumtif irasional (Ramadhana et al., 2022). Namun, pada responden Gen Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa, kontrol diri gagal berfungsi sebagai penghambat ketika dihadapkan pada tren dan tekanan teman sebaya. Hal ini menandakan bahwa kontrol diri responden belum terintegrasi dengan pemahaman konsumsi Islam, di mana prioritas seharusnya memenuhi hajat (kebutuhan) bukan syahwat (keinginan).

Untuk menjelaskan anomali ini, perbandingan dengan studi empiris menunjukkan variasi. Penelitian (Prasinta et al., 2023) menemukan kontrol diri tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Desa Karangtalun Kidul (t-hitung = - 0,164 < t-tabel = 1,662), yang mencerminkan ketergantungan pada konteks lingkungan sosial. Sebaliknya, temuan ini selaras dengan (Muhammad, 2022), yang juga mengonfirmasi pengaruh positif dan signifikan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Alasannya, individu dengan kontrol diri tinggi merasa lebih percaya diri mengelola keuangan, sehingga berani berbelanja konsumtif dengan pembenaran “saya mampu”.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkap bahwa tingkat kontrol diri tidak otomatis menekan perilaku konsumtif. Kontrol diri hanya berperan sebagai alat pertimbangan logistik dalam pengambilan keputusan, tetapi kalah oleh faktor eksternal dominan seperti gaya hidup hedonis dan pengaruh teman sebaya pada Gen Z usia 20–28 tahun. Pada kelompok ini, kontrol diri justru menjadi “kemampuan adaptif” yang memenuhi kebutuhan gaya hidup eksternal, bukan rem konsumsi. Faktor eksternal

tetap mendominasi pembentukan perilaku belanja misalnya, Gen Z mengutamakan harga saat belanja online (membandingkan platform digital vs. toko fisik) dan kualitas barang, sebagaimana survei (GoodStats, 2024) yang menyatakan 68% Gen Z mengutamakan keduanya sebelum bertransaksi.

Dengan kata lain, kontrol diri pada responden berfungsi sebagai indikator pengendalian keputusan yang rasional: mereka mengoptimalkan pembelian melalui perbandingan harga-kualitas, bukan menghindari belanja sama sekali. Akibatnya, hal ini menghasilkan hubungan positif signifikan dengan perilaku konsumtif yang terencana dan efisien.

Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya (X3) terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga (H3), terungkap bahwa variabel Lingkungan Teman Sebaya (X3) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Pembuktian statistiknya didasarkan pada nilai t-hitung sebesar 4,951 yang jauh melampaui t-tabel 1,988, disertai nilai signifikansi $<0,001$ yang berada di bawah ambang batas 0,05. Oleh karena itu, hipotesis H3 diterima sepenuhnya, yang berarti semakin besar pengaruh pergaulan teman sebaya yang dialami Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa, semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif yang mereka tunjukkan.

Temuan ini sangat sesuai dengan landasan teori yang telah diuraikan pada Bab II, Merujuk pada pendapat Santrock serta Tirtarahardja & Sula. Mereka mendefinisikan teman sebaya sebagai sekelompok individu dengan tingkat usia atau kedewasaan yang relatif sama, yang berperan sebagai lingkungan sosial primer di luar keluarga dengan norma dan budaya masing-masing (Maris & Listiadi, 2021). Dalam dinamika pergaulan yang semakin intensif, interaksi dengan teman sebaya memberikan dampak besar terhadap pembentukan perilaku, khususnya bagi Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa. Kelompok teman sebaya menjadi acuan utama dalam meniru gaya konsumsi demi memperoleh penerimaan dan status sosial di lingkungannya.

Hasil penelitian ini juga memperoleh empiris dari sejumlah penelitian terdahulu. Penelitian oleh (Bado et al., 2022), misalnya, menemukan bahwa pergaulan teman sebaya memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian (Danurahman et al., 2023) menunjukkan pengaruh signifikan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai t-hitung 2,128 yang lebih besar dari t-tabel 1,97993 dan signifikansi $0,035 < 0,05$. Demikian pula penelitian Pratama, Sari, & Supeni berjudul "Determinan Perilaku Konsumtif Generasi Z" menyimpulkan adanya pengaruh parsial signifikan dari variabel teman sebaya, dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 yang jauh di bawah 0,05.

Pengaruh Gaya Hidup Hedonis (X1), Kontrol Diri (X2), dan Lingkungan Teman Sebaya (X3) secara Simultan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji F secara simultan, dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup Hedonis (X1), Kontrol Diri (X2), dan Lingkungan Teman Sebaya (X3) secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa. Hal ini dibuktikan

dengan F-hitung = 27,146 yang jauh melebihi F-tabel = 2,71 , dengan Sig. < 0,001 << 0,05 . Oleh karena itu, hipotesis keempat (H4) diterima .

Di era digital saat ini, variabel ketiga ini berinteraksi secara sinergis: gaya hidup hedonis memicu " keinginan " instan, lingkungan teman sebaya menciptakan " tekanan sosial " untuk konformitas, sementara kontrol diri yang dalam temuan ini bersifat positif dan fleksibel berfungsi sebagai " pembenaran logistik " untuk membenarkan konsumsi. Kombinasi ini menghasilkan dorongan dinamis konsumtif yang sangat kuat pada Generasi Z Muslim. Tanpa bimbingan nilai-nilai konsumsi Islam, pola ini berpotensi menjerumuskan mereka ke dalam tabzir (pemborosan) dan israf (berlebih-lebihan).

Temuan ini memberikan wawasan komprehensif bahwa penanganan perilaku konsumtif pada Muslim Gen Z memerlukan pendekatan holistik, mencakup: (1) perbaikan gaya hidup menuju moderasi; (2) penguatan kontrol diri berdasarkan nilai spiritual Islam; serta (3) pemilihan lingkungan pergaulan yang mendukung pengelolaan keuangan secara bijak. Di sisi lain, hasil ini selaras dengan penelitian-penelitian terdahulu yang serupa.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian berjudul "Determinan Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim di Era Digital di Kelurahan Pagar Dewa", dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup Hedonis terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, di mana peningkatan orientasi hedonis berbanding lurus dengan tinggi perilaku konsumtif responden. Selain itu, Kontrol Diri juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sehingga hipotesis pengaruh negatif ditolak karena arah hubungan yang ditemukan bersifat searah positif artinya semakin tinggi pengendalian diri, semakin besar kecenderungan konsumtif. Lingkungan Teman Sebaya pun memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh teman sebaya, semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Secara simultan, uji F membuktikan bahwa variabel ketiga tersebut Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri, dan Lingkungan Teman Sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa.

Penelitian ini menghasilkan beberapa saran yang ditujukan bagi lingkungan akademis, peneliti selanjutnya, serta masyarakat dan pihak terkait. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan bagi dunia akademis dengan memperluas wawasan mengenai dinamika Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri, dan Lingkungan Teman Sebaya pada Generasi Z Muslim di era digital; bagi peneliti berikutnya, sangat direkomendasikan untuk mengembangkan variabel independen melalui penambahan atau penggantian variabel baru guna menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam dan bervariasi di masa depan. Di sisi lain, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat, khususnya Generasi Z Muslim di Kelurahan Pagar Dewa, agar lebih bijak dalam berperilaku konsumsi di era digital mengingat pengaruh gaya hidup hedonis, lingkungan teman sebaya, serta peran kontrol diri, mereka diharapkan mampu menyeimbangkan kebutuhan dan keinginan

untuk menghindari perilaku berlebihan (israf) dan pemborosan (tabdzir) sesuai prinsip syariah.

6. Daftar Pustaka

- Angelia, C., Hutabarat, F. A. M., Nugroho, N., Arwin, A., & Ivone, I. (2021). Perilaku Konsumtif Gamers Genshin Impact terhadap Pembelian Gacha. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(3), 61–65. <https://doi.org/10.47065/jbe.v2i3.909>
- Athallah, M. F., Asbara, N. W., & Manajemen, P. (n.d.). *Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat nelayan kelurahan barombong kecamatan tamalate kota makassar*. 118–131.
- Bado, B., Hasan, M., & Isma, a. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Locus of Control Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 15604–15623. <http://eprints.unm.ac.id/33576/>
- Bengkulu, B. P. S. K. (2024). *Statistik Daerah Kota Bengkulu 2024*. Badan Pusat Statistik Kota Bengkulu. <https://bengkulukota.bps.go.id/id/publication/2024/12/20/169a4f9cdddfa0fc38fe94c4/statistik-daerah-kota-bengkulu-2024.html>
- BPS Indonesia. (2021). The Indonesian Population Census 2020. *Statistics Indonesia*, 7, 1–22.
- Danurahman, A. R., Sumiati, A., & Zulaihati, S. (2023). Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Dan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Prosiding Konferensi Ilmiah Akuntansi*, 10(01), 1–24. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KIA/article/view/18474>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. GuePedia.
- Dwi Syahban, P., Ashilah, G., & Nur Fatimah, N. (2025). Pengaruh Impulsivitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Penggunaan Belanja Online di Era Digital. *Jma*, 3(6), 3031–5220.
- Efrianto, E. J. (2023). *Gaya Hidup “Frugal Living” Masyarakat Kota Bengkulu dalam Tinjauan Etika Ekonomi Islam*. 8(1). <https://doi.org/10.31000/jkip.v4i2.7221.2>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (A. Tejokusumo (ed.)). Undip.
- GoodStats. (2024). *Karakteristik Gen Z Ketika Belanja Online, Mudah Boros?* GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/karakteristik-gen-z-ketika-belanja-online-mudah-boros-kUBY1>
- Indartini, M., & Mutmainah, Si. (2024). *Analisis Data Kuantitatif(Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda)* (H. Warnaningtyas (ed.)). Penerbit Lakeisha.
- Jannah, N. R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos Di Jalan Buluh Cina Kelurahan Simpang Baru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam. *Jurnal Kesehatan Keperawatan Simpang*, 20(11), 9–25.
- Kediri Press, I. (2022). E Commerce dan Perilaku Konsumtif. In *Naning Fatmawatie*.
- Khairat, M., Yuliana, S., & Pendahuluan, A. (2018). *Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi*. October.
- Khoirunnisa, D. A. & R. N. (2021). HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI PSIKOLOGI PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE Riza Noviana Khoirunnisa Abstrak. *Jurnal Penelitian Psikologi Perilaku*, 8(9), 95.

- Luddiana, Z. (2024). *PERILAKU KONSUMSI REMAJA PONOROGO DI ERA DIGITAL SEBAGAI DAMPAK DARI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL*.
- Maris, W. Y., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel*, 18(3), 574–584. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/9678>
- Martinelli, I. (2019). Ajaran Islam Tentang Prinsip Dasar Konsumsi Oleh Konsumen. *Jurnal EduTech*, 5(1), 76–83.
- Muhammad, M. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Unesa 2018. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 61–70. <https://doi.org/10.33084/neraca.v7i2.3510>
- Nurfaizah, Puspitasari, rahma putri, Mufidah, W., & Nursanti, E. (2022). Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal Yang Statusnya Sudah Bekerja. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 6(1), 61–74.
- Nurmalia, G., Mutiasari Nur Wulan, & Zathu Restie Utamie. (2024). Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Rekoginisi Ekonomi Islam*, 3(01), 22–32. <https://doi.org/10.34001/jrei.v3i01.846>
- Prasinta, F. I., Wiyono, G., & Maulida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3028–3038. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2703>
- Pratiwi, P. D., & Saputra, E. T. (n.d.). *Determinan Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Kabupaten Boyolali*. 1.
- Prihastutik, N. P., & Fahmawati, Z. N. (2023). The influence of hedonic lifestyle and self-control on consumptive purchasing behavior of NCT fans in Indonesia. *Empathy : Jurnal Fakultas Psikologi*, 6(2), 171. <https://doi.org/10.12928/empathy.v6i2.26906>
- Ramadhana, T., Ilhamy, M. L., & Rahma, T. I. F. (2022). Pengaruh E-Money Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Journal Of Manangement, Economic And Accounting (JMEA)*, 1(1), 33–48.
- Rosdiana, M., lin, I., Firsand, F., & Wahyufitri, T. (2025). *KECAMATAN SELEBAR DALAM ANGKA 2025*. ©BPS Kota Bengkulu/BPS-Statistics Bengkulu Municipality.
- Saleh, R., Wantini, & a.M, D. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Psikologi Islam. *Jurnal Psikologi Islam Al-Qalb*, 14(2), 92–104. <http://dx.doi.org/10.15548/5688>
- Salsabilla, S., & Wicaksono, C. A. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup Hedonis , dan Self-Control Terhadap Perilaku Konsumtif pada Gen-Z*. 12(1), 87–101.
- Satira, S. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim Terhadap Eksistensi Warung Kopi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Warkop Zakir Lampriet Banda Aceh). *Skripsi*.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sumantri, paramitha mudita, & Kurniawati, M. (2023). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA INDIVIDU DEWASA AWAL. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 15(2), 5–24.

- Yahya, A., & Bangsa, U. P. (2021). *Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Determinants of Student Consumptive Behavior*. 23(01), 37–50.
- Yustati, H., Arisandy, Y., Suryani, M., Anggraini, S., Bin, H., & Rahim, A. (2026). *CONSUMERISM , DEBT , AND GEN Z : CAN RELIGIOSITY BE THE KEY TO BREAKING THE CYCLE ?* 318–331.