



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pola *konsumtif* masyarakat¹. Kemudahan akses informasi melalui media sosial dan platform digital mendorong individu untuk mengikuti berbagai *Trend* yang berkembang, salah satunya adalah *Trend fashion*. Kondisi ini secara tidak langsung memengaruhi gaya hidup dan perilaku *konsumtif*, khususnya di kalangan mahasiswi.

Mahasiswi, sebagai kelompok usia produktif dan aktif dalam penggunaan media sosial, memiliki kecenderungan tinggi dalam mengikuti *Trend fashion* yang sedang berkembang. Intensitas interaksi mahasiswi dengan media sosial membuat mereka mudah terpapar berbagai informasi mengenai *Trend*, gaya berpakaian, serta standar penampilan yang dianggap ideal di lingkungan sekitarnya. *Trend fashion* tidak lagi dipandang sebatas pemenuhan kebutuhan berpakaian, melainkan telah berkembang menjadi bagian

¹ Saputri, Yulia Widya, Shella Rhodinia, dan Bagus Setiawan. "Dampak globalisasi terhadap perubahan gaya hidup di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan* volume 1. Nomor 5 (2024): h. 208.



dari gaya hidup serta sarana untuk mengekspresikan identitas diri dan memperoleh pengakuan sosial². Kondisi ini mendorong mahasiswi untuk menyesuaikan penampilan dengan *Trend* yang sedang populer agar tidak dianggap tertinggal oleh lingkungan pergaulannya. Akibatnya, aktivitas *konsumtif* sering kali dilakukan secara berulang dan kurang terencana, lebih didorong oleh keinginan untuk tampil modis dan mengikuti *Trend* dibandingkan dengan pertimbangan kebutuhan yang rasional.

Fenomena perilaku konsumtif di kalangan mahasiswi ini juga terlihat dari hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan penulis terhadap 65 mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri. Berdasarkan data yang berhasil dihimpun, mayoritas responden menunjukkan kecenderungan membeli produk fashion bukan semata-mata karena kebutuhan pokok, melainkan karena dorongan untuk mengikuti *Trend* yang sedang populer di media sosial maupun lingkungan pergaulan. Hal ini dibuktikan dengan temuan bahwa 75,4% responden mengaku sering melihat perkembangan *fashion* terbaru di media sosial, dan 47,7% responden menyatakan membeli produk fashion yang baru keluar atau sedang *Trend*. Selain itu, 44,6% responden mengaku tetap membeli pakaian baru meskipun pakaian lama yang dimiliki masih layak

² Rohman, Muhammad Mujibur. “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah di UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan”, *Tesis Magister*, Pekalongan: UIN KH Abdurrahman Wahid, (2025): h. 126.



digunakan, yang mengindikasikan adanya pemborosan dan konsumsi yang tidak rasional.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Irayanti Tambunan, Rustam, dan Joni Alizon yang mengungkapkan bahwa *Trend* muslimah fashion berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi, di mana nilai koefisien korelasinya mencapai 6,659 dan kontribusi pengaruhnya sebesar 34%. Penelitian tersebut menegaskan bahwa semakin tinggi minat mahasiswi dalam mengikuti *Trend* fashion, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Demikian pula, Nurma Yunita dalam penelitiannya menegaskan bahwa faktor keinginan untuk mengikuti *Trend* dan gaya hidup modern menjadi pemicu utama mahasiswi dalam berperilaku konsumtif, yang sering kali mengarah pada pemborosan (israf) dan ketidaksesuaian dengan prinsip ekonomi Islam yang mengajarkan kesederhanaan.

Selanjutnya, Dola Asmita dan Erianjoni dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa mahasiswi membeli suatu barang bukan lagi didasarkan pada kebutuhan, namun hanya berdasarkan keinginan sehingga tingkat konsumtif mereka terhadap produk fashion meningkat. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa perkembangan *Trend* fashion telah menjadikan mahasiswi berperilaku konsumtif karena faktor tekanan sosial dan keinginan untuk tampil modis. Sementara itu, Septi Rahayu dalam penelitiannya membuktikan bahwa secara simultan variabel *Trend* fashion dan pergaulan berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif pada mahasiswi dengan kontribusi sebesar

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



87,1%, yang menunjukkan bahwa faktor lingkungan sosial dan *Trend* memiliki peran yang sangat dominan.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat adanya kesenjangan antara pemahaman teoritis tentang ekonomi Islam yang diajarkan di bangku kuliah dengan praktik konsumsi sehari-hari mahasiswi. Kondisi ini semakin diperkuat oleh temuan penelitian ini yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswi lebih mudah terpengaruh oleh diskon dan promo (64,6%) serta tergiur oleh iklan di media sosial (50,8%), yang pada akhirnya mendorong pembelian produk fashion secara impulsif dan berlebihan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam pengaruh *Trend* fashion dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi dari perspektif ekonomi Islam, guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Fenomena tersebut terlihat pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri. Meskipun secara akademik mereka mempelajari prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan nilai kesederhanaan, keseimbangan, dan larangan perilaku berlebihan (*israf*), dalam praktiknya masih ditemukan kecenderungan perilaku konsumtif, khususnya dalam pembelian produk *fashion*. Mahasiswi cenderung membeli pakaian atau aksesoris bukan karena kebutuhan utama, melainkan untuk mengikuti *Trend* yang sedang populer agar tidak tertinggal dari lingkungan sosialnya.

Selain *Trend fashion*, gaya hidup juga menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumtif. Gaya hidup

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



mencerminkan pola aktivitas, minat, dan opini seseorang dalam mengelola waktu serta keuangannya. Gaya hidup *Trend* yang cenderung menekankan penampilan, eksistensi sosial, dan kesenangan pribadi berpotensi mendorong mahasiswi untuk berperilaku konsumtif. Pola pengeluaran yang tidak terencana, pembelian berdasarkan pengaruh teman sebaya, serta ketertarikan terhadap promosi dan diskon menjadi indikasi dari gaya hidup konsumtif tersebut³.

Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku *konsumtif* seharusnya didasarkan pada prinsip kebutuhan (*needs*), kemaslahatan, dan keseimbangan, serta menghindari pemborosan dan perilaku berlebihan⁴. Ketidaksesuaian antara nilai-nilai ekonomi Islam yang dipelajari secara teoritis dengan praktik *konsumtif* mahasiswi di lingkungan kampus menjadi permasalahan yang penting untuk diteliti.

Sejalan dengan fenomena meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswi, diperlukan suatu kajian ilmiah yang mampu menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku *konsumtif* tersebut, khususnya yang berkaitan dengan *Trend fashion* dan gaya hidup. *Trend fashion* dan gaya hidup *Trend* tidak hanya memengaruhi cara berpakaian, tetapi juga membentuk pola pikir serta kebiasaan dalam mengelola pengeluaran. Kondisi ini

³ Putri, Jauzana Azizah. "Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Diri, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswi Di Purwokerto", *Skripsi*, Purwokerto: UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto (2025): h. 35.

⁴ Azizah, Dini Nur, dkk. "Teori Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam: Antara Kebutuhan dan Kemaslahatan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* Volume 3, Nomor 11 (2025): h. 155.



menjadi perhatian penting, terutama di lingkungan akademik yang berbasis nilai-nilai Islam, karena perilaku *konsumtif* seharusnya mencerminkan prinsip kesederhanaan, keseimbangan, dan tanggung jawab sebagaimana diajarkan dalam ekonomi Islam.

Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri secara teoritis telah dibekali pemahaman mengenai etika *konsumtif* dalam Islam, seperti larangan israf dan tabdzir serta anjuran untuk mengutamakan kemashlahatan⁵. Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya potensi ketidaksesuaian antara pemahaman tersebut dengan praktik *konsumtif* sehari-hari, khususnya dalam mengikuti *Trend fashion* dan gaya hidup. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penulisan dengan mengambil judul: **PENGARUH TREND FASHION DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM: Studi Kasus pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri.**

B. Permasalahan

1. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵ Lusiana, Bella. "Implementasi Teori *Konsumtif* Islam Berdasarkan Pandangan Al-Ghazali (Studi Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Iain Bengkulu Angkatan 2017)", *Tesis Magistr*, Bengkulu: UIN Bengkulu, (2021): h. 58.



- a. Terdapat kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri dalam pembelian produk *fashion*, yang lebih didorong oleh keinginan mengikuti *Trend* dibandingkan kebutuhan yang rasional.
- b. *Trend fashion* yang berkembang melalui media sosial dan lingkungan pergaulan berpotensi memengaruhi pola *konsumtif* mahasiswi dalam membeli produk *fashion* secara berulang dan kurang terencana.
- c. Gaya hidup *Trend* yang menekankan penampilan, eksistensi sosial, dan citra diri diduga mendorong mahasiswi untuk meningkatkan pengeluaran pada produk *fashion*.
- d. Terdapat potensi ketidak sesuaian antara pemahaman nilai-nilai *konsumtif* dalam ekonomi Islam dengan praktik perilaku *konsumtif* mahasiswi dalam kehidupan sehari-hari.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah *Trend fashion* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri?
- b. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus



Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri?

C. Apakah *Trend fashion* dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri?

3. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri angkatan 2022–2025. Fokus penelitian hanya pada pengaruh *Trend fashion* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian produk *fashion* busana muslimah. Gaya hidup dan perilaku konsumtif yang dikaji terbatas pada pola *konsumtif* yang dipengaruhi keinginan dan *Trend*, bukan faktor lain di luar variabel penelitian. Perspektif ekonomi Islam dalam penelitian ini dibatasi pada prinsip kesederhanaan serta larangan perilaku berlebihan (*israf*).

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penulisan ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah *Trend fashion* berpengaruh terhadap perilaku Konsumtif Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi



D. Signifikansi Dan Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penulisan ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman penulis melalui terapan ilmu dan teori yang diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan fakta dan kondisi riil yang terjadi dilapangan. Dan mengetahui lebih lanjut tentang perilaku konsumtif ditinjau menurut ekonomi Islam.

2. Bagi Mahasiswi

Bagi mahasiswi diharapkan penulisan ini bisa menjadi sebagai tambahan ilmu dan informasi serta dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam berperilaku yang sesuai aturan dan Batasan. Dan juga dapat digunakan sebagai acuan untuk penulisan selanjutnya.

Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri.

- b. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri
- c. Untuk mengetahui apakah *Trend fashion* dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri.



E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penulisan yang dilakukan penulis berkaitan dengan *Trend* fashion mengenai perspektif Islam memang bukan penulisan yang pertama kali, sebelumnya sudah ada penulisan terdahulu yang berkaitan dengan hal tersebut. Sehingga membuat penulis menjadikan penulisan terdahulu menjadi salah satu referensi bagi penulis untuk memperkaya penulisan yang penulis lakukan. Penulis mengambil beberapa penulisan terdahulu, antara penulisan yang sudah pernah dilakukan sebagai berikut:

Pertama, Irayanti Tambunan, Rustam, Joni Alizon dengan judul, “Pengaruh *Trend* muslimah Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomisyariah Uin Sultan Syarif Kasim Riau”.

Hasill penulisan ini mengungkapkan bahwa *Trend* muslimah *fashion* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan koefisien korelasi sebesar $6,659 > t\text{-tabel } 1,989$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima dengan tingkat signifikan sebesar $0,05$, dimana nilai (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$ dan koefisien determinasi sebesar $0,340$. Artinya bahwa pengaruh *Trend* muslimah *fashion* terhadap perilaku konsumtif sebesar 34%



sedangkan sisanya adalah 66% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikuti sertakan dalam penulisan⁶.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Irayanti Tambunan, Rustam, dan Joni Alizon terletak pada variabel independen, objek penelitian, serta ruang lingkup analisis. Penelitian Irayanti Tambunan hanya menggunakan variabel *Trend* muslimah fashion sebagai variabel independen terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel independen, yaitu *Trend* fashion dan gaya hidup. Selain itu, penelitian ini mengkaji perilaku konsumtif berdasarkan perspektif ekonomi Islam pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri. Adapun persamaan kedua penelitian adalah sama-sama meneliti pengaruh fashion terhadap perilaku konsumtif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif..

Kedua, penulisan yang dilakukan Dola Asmita dan erianjoni dengan judul “perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti *Trend fashion* Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP)”.

Berdasarkan hasil penulisan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa perkembangan *Trend fashion* telah menjadikan mahasiswi sosiologi berperilaku konsumtif. Mahasiswi jurusan sosiologi membeli suatu barang bukan lagi di dasarkan pada kebutuhan namun

⁶ Tambunan. Isnari, dkk. “Pengaruh *Trend* muslimah Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomisyariah Uin Sultan Syarif Kasim Riau”, journal sharia and law, vol.2, no.2. (2023): h.



hanya berdasarkan keinginan mereka sehingga tingkat *konsumtif* mereka terhadap produk-produk fashion meningkat⁷.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dola Asmita dan Erianjoni terletak pada pendekatan penelitian, variabel penelitian, serta objek penelitian. Penelitian Dola Asmita dan Erianjoni berfokus pada gambaran perilaku konsumtif mahasiswi dalam mengikuti *Trend fashion*, sedangkan penelitian ini menguji secara empiris pengaruh *Trend fashion* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini menggunakan perspektif ekonomi Islam sebagai dasar analisis serta dilakukan pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri. Adapun persamaan kedua penelitian adalah sama-sama membahas perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh perkembangan *Trend fashion*.

Ketiga, Listiana Dewi Kurnia dengan judul “Pengaruh dan Kesadaran Fashion Hasil Penulisan Dan Berdasarkan hasil Faktor-Faktornya Terhadap *Konsumtif* analisis pengaruh, variabel Indonesia Yogyakarta”.

Fashion Muslim Di Indonesia kesadaran fashion muslim memiliki pengaruh secara positif pada variabel *konsumtif fashion* muslim sebesar 0,845 atau 84,5%. Serta dari keempat variabel yang mempengaruhi kesadaran *fashion* muslim, variabel keunikan *fashion* muslim lebih

⁷Asmita, Dola dan Erianjoni, perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti *Trend fashion* Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UINP), Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan Vol. 2, No. 2. (2019) : h. 22.



mendominasi dengan nilai sebesar 0,547 atau 54,7%. Jika dibandingkan dengan pengaruh lainnya, ternyata menghasilkan pengaruh yang tidak dominan.⁸

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Listiana Dewi Kurnia terletak pada variabel independen dan fokus penelitian. Penelitian Listiana Dewi Kurnia menggunakan variabel kesadaran fashion muslim beserta faktor-faktor yang memengaruhinya terhadap konsumsi fashion muslim, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel *Trend fashion* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini mengkaji perilaku konsumtif berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Adapun persamaan kedua penelitian adalah sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dalam menganalisis perilaku konsumen di bidang fashion.

Keempat, penulisan yang dilakukan Septi Rahayu dengan judul “Pengaruh *Trend fashion* dan Pergaulan Terhadap gaya hidup Konsumtif Pada Mahasiswi”

Hasil penulisan yang dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan variabel *Trend fashion* dan Pergaulan berpengaruh signifikan terhadap Gaya Hidup Konsumtif. Ini terlihat dari F hitung masing masing variabel lebih besar dari F tabel. Dan nilai R^2 pada penulisan ini sebesar 0,871 yang menunjukkan adanya pengaruh antara *Trend Fashion*

⁸Listiana Kurnia Dewi, “Pengaruh kesadaran dan fashion dan faktor-faktor terhadap *konsumtif* fashion muslim di Indonesia” *Skrripsi*, Yogyakarta: universitas islam Indonesia (2022). h. 131.



dan Pergaulan berpengaruh signifikan terhadap Gaya Hidup Konsumtif pada mahasiswi sebesar 87,1.⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Septi Rahayu terletak pada variabel penelitian dan objek penelitian. Penelitian Septi Rahayu menganalisis pengaruh *Trend fashion* dan pergaulan terhadap gaya hidup konsumtif, sedangkan penelitian ini menganalisis pengaruh *Trend fashion* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini menggunakan perspektif ekonomi Islam sebagai landasan analisis dan dilakukan pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri. Adapun persamaan kedua penelitian adalah sama-sama mengkaji pengaruh *Trend fashion* terhadap perilaku konsumtif dengan pendekatan kuantitatif.

Kelima, penulisan yang dilakukan Rosita Handayani dengan judul, "Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaira".

Penulisan ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh *fashion* hijab terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaira. Perhitungan didapatkan persamaan regresi yaitu konstanta sebesar 5.165, terdapat pengaruh *Trend fashion* hijab terhadap perilaku konsumtif mencapai 5.165. Hasil nilai koefisien regresi pada variabel pengaruh *fashion* hijab adalah 224 bernilai positif, artinya apabila *fashion* hijab

⁹Septi rahayu, Pengaruh *Trend fashion* dan Pergaulan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswi, *skripsi*, jambi: UIN sultan Thaha Saifuddin Jambi,(2020): h. 153



nilainya naik 1 satuan maka akan menaikkan perilaku konsumtif sebesar 224. Nilai sig atau probabilitas sebesar $0,08 > 0,05 (5\%)$ menunjukkan bahwa secara statistic pengaruh *fashion* hijab berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif sehingga H_0 diterima. Hipotesis yang menyatakan dengan perilaku konsumtif dalam penulisan ini.¹⁰

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rosita Handayani terletak pada variabel independen, objek penelitian, dan perspektif analisis. Penelitian Rosita Handayani hanya menggunakan variabel *fashion* hijab sebagai variabel independen terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel independen, yaitu *Trend fashion* dan gaya hidup. Selain itu, penelitian ini mengkaji perilaku konsumtif berdasarkan perspektif ekonomi Islam dan dilakukan pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri. Adapun persamaan kedua penelitian adalah sama-sama meneliti perilaku konsumtif sebagai variabel dependen dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Keenam, penulisan yang dilakukan Suci Wulandari dengan judul, "Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam"

¹⁰Rosita Handayani, "Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaira", *skripsi*, Yogyakarta: UIN sunan Kalijaga, (2019) : h. 212.



Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Suci Wulandari terdapat hubungan yang signifikan variabel fashion hijab terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.¹¹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Suci Wulandari terletak pada variabel independen, objek penelitian, dan ruang lingkup analisis. Penelitian Suci Wulandari hanya menggunakan variabel fashion hijab terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel *Trend* fashion dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini dianalisis berdasarkan perspektif ekonomi Islam pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri. Adapun persamaan kedua penelitian adalah sama-sama mengkaji perilaku konsumtif dengan pendekatan kuantitatif.

Ketujuh, penulisan yang dilakukan Sa'adatunnisa dengan judul, "Pengaruh *Fashion* Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palangkaraya"

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Sa'adatunnisa pada skripsinya tahun 2016 memperoleh hasil bahwa *fashion* hijab diantara mahasiswi IAIN

¹¹ Suci Wulandari, "Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam", *Skripsi*, Jambi: UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, (2018) : h. 76.



Palangkaraya memiliki pengaruh akan tindakan konsumtif dikalangan mahasiswi yang diteliti tersebut.¹²

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Sa'adatunnisa terletak pada variabel independen, objek penelitian, dan perspektif analisis. Penelitian Sa'adatunnisa hanya menggunakan variabel fashion hijab terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel independen, yaitu *Trend fashion* dan gaya hidup. Selain itu, penelitian ini mengkaji perilaku konsumtif berdasarkan perspektif ekonomi Islam pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri. Adapun persamaan kedua penelitian adalah sama-sama meneliti perilaku konsumtif sebagai variabel dependen.

Berdasarkan hasil telaah terhadap penelitian-penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa sebagian besar penelitian hanya berfokus pada pengaruh *fashion* atau *fashion* hijab terhadap perilaku konsumtif, atau menghubungkan *Trend fashion* dengan variabel lain seperti pergaulan dan kesadaran *fashion*. Sementara itu, penelitian yang menggabungkan variabel *Trend fashion* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri dengan menggunakan perspektif ekonomi Islam masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkaya kajian mengenai perilaku konsumtif mahasiswa berdasarkan nilai-nilai ekonomi Islam.

¹² Sa'adatunnisa, "Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palangkaraya", *Skripsi*, Palangkaraya: IAIN Palangkaraya, (2016): h. 133.



F. Standar Penulisan

Penulisan Skripsi ini menggunakan Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Proposal Skripsi, Skripsi, dan Laporan Magang). oleh Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri, Tembilahan

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap penulisan skripsi ini secara garis besar. Dalam penulisan skripsi ini, penulis membagi pembahasan dalam sub-sub bahasan agar mempermudah dan memberikan sedikit gambaran untuk pembaca, adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

Bab I, yaitu bagian pendahuluan. Pada pendahuluan ini pembahasan meliputi latar belakang masalah yang membuat signifikansi kenapa penelitian ini dilakukan. Kemudian dilanjutkan dengan permasalahan yang meliputi identifikasi masalah, rumusan masalah, dan batasan masalah. Pada bab ini dijelaskan juga tujuan penelitian, signifikansi dan manfaat penelitian, metode penelitian yaitu cara dan proses penelitian yang akan penulis lakukan, penelitian terdahulu yang relevan sebagai upaya penulis untuk mencari reseach gap atau novelty dari penelitian ini, dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

Bab II, Landasan Teori. Pada bab ini berisikan tinjauan teoritis yang mengulas tentang permasalahan-permasalahan yang ada dalam penelitian berupa teori-teori



yang relevan mengenai *Trend fashion* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif perspektif Ekonomi Islam.

Bab III, Metode Penelitian. Pada bab ini berisikan jenis penelitian dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, populasi dan teknik penentuan sampel, variabel dan indikator penelitian.

Bab IV, Dalam bab ini akan membahas analisis dan Pembahasan. Dalam bab ini nantinya akan berisikan hasil penelitian, klasifikasi bahasan yang disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian dan rumusan masalah. Kemudian penulis menganalisis temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian, yang selanjutnya dianalisis dari sudut pandang ekonomi Islam terkait pengaruh *Trend fashion* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indragiri.

Bab V, Penutup. Dalam bab ini penulis menyimpulkan hasil pembahasan berserta saran yang diperlukan untuk perbaikan dan informasi yang berguna bagi kita semua.