



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat modern. Aktivitas belanja kini tidak lagi terbatas pada kebutuhan dasar, tetapi berkembang menjadi sarana hiburan, pemenuhan keinginan emosional, dan penunjang gaya hidup. Fenomena ini turut memicu munculnya berbagai pola konsumsi baru, salah satunya adalah *Doom Spending*, yaitu perilaku belanja berlebihan yang dilakukan sebagai respons terhadap stres, kecemasan, atau tekanan emosional untuk memperoleh pelarian sesaat.¹ Perilaku ini menjadi semakin lazim seiring meningkatnya akses terhadap platform digital, kemudahan transaksi nontunai, dan strategi pemasaran yang agresif melalui media sosial.

Manusia sebagai makhluk hidup di dunia ini memiliki banyak sekali kebutuhan sehari-hari di dalam hidupnya. Di antara kebutuhan tersebut terbagi atas kebutuhan Primer, Sekunder dan Tersier. Dengan banyaknya kebutuhan manusia dalam kehidupannya sehari-hari, manusia tidak bisa lepas dalam kegiatan mengkonsumsi. Kegiatan

¹Eric Bongiorno, *Doom Spending and Consumer Psychology*, (New York: Routledge, 2022), h, 45.



mengonsumsi ini dilakukan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.²

Individu selalu mencari kepuasan dengan cara mengonsumsi barang yang bukan kebutuhannya melainkan untuk memenuhi keinginannya. Fenomena ini dikenal dengan istilah perilaku konsumtif, perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang maupun menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadinya semata dan tidak lagi memandang manfaat atau urgensi dari barang maupun jasa tersebut. Perilaku konsumtif ini cenderung ditemui dikalangan remaja. Dimana, remaja melakukan perilaku konsumtif untuk memenuhi gaya hidup (*Life Style*). Remaja seringkali mudah terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan dan kuat untuk mengonsumsi suatu produk.³

Perilaku konsumtif ini terus mengakar dalam gaya hidup remaja dan dapat menimbulkan permasalahan dalam kehidupannya. Adapun dampak yang dapat dirasakan remaja dari segi ekonomi yaitu ketika remaja terus melakukan perilaku konsumtif ini maka dia tidak dapat lagi mengatur keuangan dengan baik. Sementara itu dampak yang dapat dirasakan remaja dari segi psikologis yaitu

²A. Noorah Mujahidah, "Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya" Skripsi, Makassar: Universitas Negeri Makassar, (2020), h. 1.

³Lestari, "Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Sekolah", Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, vol. 5, No. 1, (2018), h. 2.



remaja akan mengalami tekanan jika keinginan nya tidak dapat terpenuhi. Sementara dampak yang dapat dirasakan remaja akan terus mengikuti atribut yang banyak digemari tanpa mau menjadi diri sendiri.⁴

Selain perilaku konsumtif ada juga kegiatan pemenuh kebutuhan secara berlebihan yang dikenal dengan istilah *Doom Spending*. *Doom spending* adalah perilaku pengeluaran yang impulsif dan berlebihan, sering kali dilakukan sebagai respons terhadap emosi negatif. Banyak individu berbelanja bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi sebagai mekanisme untuk meredakan stres, kecemasan, atau bahkan depresi,⁵ Saat menghadapi tekanan hidup yang berlebihan, mereka mungkin merasa bahwa berbelanja dapat memberikan kebahagiaan sementara, meskipun efek positif tersebut jarang bersifat jangka panjang.

Doom spending berbeda dengan perilaku konsumtif, pada dasarnya keduanya terlihat memiliki banyak persamaan namun terdapat p

Perbedaan di antara keduanya. *Doom spending* lebih mengarah ke hal-hal yang bersifat akan merugikan,

⁴ Effendi Usman, Psikologi Konsumen, Cet 1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 338

⁵Bimo Kresnomurti," Apa itu *Doom Spending*", dikutip dari <https://finansial.kontan.co.id> pada hari Senin Tanggal 16 Desember 2024 jam 09.59 WIB.



sedangkan perilaku konsumtif bisa didasarkan karena keinginan pribadi atau hanya sekedar mengikuti trend.⁶

Doom spending dapat menyebabkan sejumlah dampak negatif. Baik dari segi finansial maupun psikologis. Secara finansial, belanja Impulsif dapat mengakibatkan utang yang menumpuk dan kesulitan dalam mengelola anggaran bulanan. Ketika pengeluaran melebihi pemasukan, Individu dapat terjebak dalam siklus utang yang sulit diputus dan dapat menyebabkan stress lebih lanjut serta dampak negatif pada kesehatan finansial secara keseluruhan.⁷

Disisi psikologis, perilaku ini dapat memperburuk masalah kesehatan mental seperti kecemasan dan depresi. Ketika belanja menjadi mekanisme pelarian, individu mungkin merasa semakin tertekan ketika menghadapi kenyataan keuangan mereka. Hal ini menciptakan siklus yang mana individu merasa perlu untuk belanja lebih banyak sebagai pelarian.⁸

Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z merupakan kelompok yang paling rentan terhadap perilaku *doom spending*. Mereka hidup dalam lingkungan digital yang sangat dinamis, memiliki keterbatasan finansial, namun pada saat yang sama terpapar oleh tekanan sosial dan budaya konsumtif yang sangat kuat. Menurut penelitian

⁶Anissa Adzikiya, "Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya", Skripsi, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, (2017), h. 12.

⁷Anastasia Trifena,"Istilah Doom Spending dan Akibatnya Bagi Generasi Z dan Milenial" dikutip dari : <https://www.fimela.com> Pada hari Senin tanggal 16 Desember 2024 jam 10.08 WIB.

⁸ *Ibid.*



psikologi modern, individu pada tahap remaja–dewasa awal memiliki kecenderungan impulsif yang lebih tinggi dalam mengambil keputusan, termasuk keputusan finansial,⁹ Hal ini menjelaskan mengapa mahasiswa sering melakukan pembelian tanpa perencanaan, terutama ketika mengalami tekanan emosional.

Dalam perspektif Ekonomi Islam, perilaku *doom spending* merupakan bentuk konsumsi yang menyimpang karena bertentangan dengan prinsip larangan Israf (berlebihan) serta Tabdzir (pemborosan). Islam menekankan bahwa konsumsi harus berorientasi pada kemaslahatan, sesuai kebutuhan, dan tidak berlebihan. Allah SWT berfirman:

وَاتِ ذَا الْقَرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ٢٦

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ٢٧

Artinya: “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al-Isra’ [17]: 26– 27).

Oleh karena itu, perilaku *doom spending* tidak hanya berdampak pada masalah finansial, tetapi juga mencerminkan lemahnya pengendalian diri dan pemahaman terhadap prinsip konsumsi Islami. Faktor-

⁹ David Funder, *The Personality Puzzle*, (New York: W.W. Norton & Company, 2019), h. 156.



faktor yang diduga memengaruhi perilaku *doom spending* antara lain literasi ekonomi syariah, pengendalian diri, dan lingkungan sosial. Literasi ekonomi syariah membantu individu membedakan antara *needs* (kebutuhan) dan *wants* (keinginan), serta menanamkan prinsip hidup sederhana untuk menghindari perilaku boros yang sia-sia (mubazir).¹⁰ Pengendalian diri (Self-Control) membantu individu menahan dorongan emosional untuk melakukan pembelian impulsif.¹¹ Sementara itu, lingkungan sosial seperti teman sebaya, keluarga, maupun media sosial dapat memperkuat atau melemahkan perilaku konsumsi seseorang.¹²

Observasi awal pada mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri (UNISI) menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa mengaku melakukan pembelian impulsif ketika sedang stres atau mendapat tekanan akademik. Padahal, sebagai mahasiswa ekonomi syariah, mereka mempelajari konsep konsumsi Islami secara teori, tetapi dalam praktiknya masih ditemukan kesenjangan perilaku. Fenomena ini menimbulkan keprihatinan tersendiri, perilaku *doom spending* bukan sekadar masalah ekonomi modern, tetapi juga problem etis dan spiritual yang bertentangan dengan ajaran Islam. Islam secara tegas

¹⁰ Rahmania Ramadhani Dzikrulloh dan M. yunus, "Konsumsi Dalam Lensa Islam: Antara Kebutuhan dan Keinginan", *Maliki Interdiscipliny Journal (MIJ)*, vol. 3, no.1, h.

¹¹ Roy Baumeister & Kathleen Vohs, "Self-Control and Decision Making," *Journal of Personality and Social Psycholog*, vol. 90, no. 2 (2017), h. 197-210.

¹² John J. Macionis, *Sociology*, (New Jersey: Pearson Education, 2018), h. 64.



mengajarkan keseimbangan dalam konsumsi, menghindari israf (pemborosan), serta menjauhi tabdzir (Penghaburan).¹³

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas perilaku konsumtif, *impulsive buying*, serta literasi keuangan, tetapi penelitian yang secara khusus mengkaji *doom spending* dalam perspektif Islam masih sangat terbatas. Selain itu, jarang ditemukan penelitian yang menghubungkan *doom spending* dengan faktor literasi ekonomi syariah, pengendalian diri, dan lingkungan sosial secara simultan, terutama pada konteks mahasiswa ekonomi syariah.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik mengkaji **“Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah, Pengendalian diri, dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku *Doom Spending* Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri”** guna memberikan gambaran empiris sekaligus landasan edukatif untuk mendorong konsumsi yang sesuai dengan pbrinsip ekonomi Islam.

¹³ Jefri Ardiansyah, “Determinasi Perilaku *Doom Spending* pada Generasi Z di Jawa Timur: Pendekatan Ekonomi Islam Perspektif Muhammad Abdul Mannan”, *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, vol. 5, no. 2. (2025), h. 152.



B. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, penulis mencoba mengidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini. Adapun identifikasi masalah tersebut sebagai berikut:

- a. Masih terdapat mahasiswa yang melakukan pembelian impulsif sebagai respons terhadap tekanan emosional.
- b. Perilaku *doom spending* berpotensi menyebabkan ketidakstabilan keuangan mahasiswa.
- c. Sebagian mahasiswa belum mampu mengendalikan dorongan konsumsi berlebihan.
- d. Lingkungan sosial, terutama teman sebaya dan media sosial, turut memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa.
- e. Terdapat kesenjangan antara literasi ekonomi syariah mahasiswa dan praktik konsumsi yang mereka lakukan.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan umum dalam penelitian ini, yaitu "Bagaimana Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah, Pengendalian Diri dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku *Doom Spending* Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri?"

Beberapa masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



- a. Apakah literasi ekonomi syariah berpengaruh terhadap perilaku *doom spending* mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri?
- b. Apakah pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku *doom spending* mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri?
- c. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku *doom spending* mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri?
- d. Apakah literasi ekonomi syariah, pengendalian diri, dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh terhadap perilaku *doom spending* mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri?

3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah pada sasaran pokok permasalahan yang diinginkan, Maka penulis membatasi:

- a. Penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri angkatan 2022, 2023, dan 2024.
- b. Variabel independen yang diteliti terdiri dari literasi ekonomi syariah, pengendalian diri, dan lingkungan sosial.
- c. Variabel dependen adalah perilaku *doom spending*.

C. Tujuan Penelitian



Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh literasi ekonomi syariah terhadap perilaku *doom spending* mahasiswa.
2. Mengetahui pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku *doom spending* mahasiswa.
3. Mengetahui pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku *doom spending* mahasiswa.
4. Mengetahui pengaruh literasi ekonomi syariah, pengendalian diri, dan lingkungan sosial secara simultan terhadap perilaku *doom spending* mahasiswa.

D. Signifikansi dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi signifikansi dan manfaat penelitian bagi penulis dan bagi akademis adalah:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian ekonomi Islam, terutama terkait perilaku konsumsi mahasiswa dalam konteks digital dan fenomena *doom spending*.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Mahasiswa: memberikan pemahaman mengenai dampak perilaku *doom spending* dan pentingnya konsumsi Islami.
- b. Bagi Program Studi Ekonomi Syariah: menjadi bahan evaluasi untuk memperkuat literasi keuangan Islami.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya: menjadi referensi empiris dalam pengembangan penelitian mengenai perilaku konsumsi muslim.

2. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian relevan merupakan uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji dalam skripsi ini. Terdapat beberapa hasil penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini. Dalam penelitian relevan ini, ada beberapa karya ilmiah terkait dengan pembahasan penelitian di antaranya:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Dhiptya Ratri Anggraheni “Peran Literasi Keuangan Digital dalam Memitigasi Perilaku Doom Spending” (2025)” Jurnal berasal dari Universitas Islam Balitar Blitar volume 2, nomor 1, Januari 2025, Adapun penelitian Dhiptya Ratri Anggraheni menggunakan metode Narrative Literature Review (NLR). Hasil penelitian nya menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berperan penting dalam meningkatkan persepsi kontrol perilaku, mengurangi resiko pengeluaran destruktif, dan memperkuat ketahanan finansial individu. Penelitian ini juga merekomendasikan studi longitudinal untuk mengevaluasi dampak jangka panjang literasi keuangan digital, serta eksplorasi





interdisipliner yang mengintegrasikan faktor sosial dan budaya dalam mitigasi doom spending.¹⁴

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Welina Mustikandari Utami, Dadang Saepuloh, Femi Handayani “Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 5 Kabupaten Tanggerang (2018/2019)” Jurnal JBES Volume 2, nomor 2, Oktober 2021. Adapun penelitian Welina Mustikandari Utami dkk menggunakan metode kuantitatif, variabel independent penelitian ini adalah literasi keuangan (X1), Pengendalian diri (X2). Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah Perilaku konsumtif (Y), Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara literasi keuangan (X1) dan pengendalian diri (X2) secara simultan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hasil uji t menunjukkan tidak ada pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif. Maka hipotesis 1 ditolak. Hasil uji F menunjukkan pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji R² menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan pengendalian diri mampu menjelaskan sebesar 91,7 %

¹⁴ Dhiptya Ratri Anggraheni,” Peran Literasi Keuangan Digital dalam Memitigasi Perilaku *Doom Spending*”, *Jurnal Universitas Islam Balitar Blitar*, vol. 2, no. 1, (2025), h. 94.



terhadap perilaku konsumtif sedangkan sisanya 8,3% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ikut terobsesi.¹⁵

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Mardatillah, Murtiadi Awaluddin, Amiruddin “Peranan Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi *hedonic shopping motivation* dan *social media* terhadap *impulsive buying* (2024)” Jurnal berasal dari Jurnal ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Alauudin Makassar volume 9, nomor 1 2024. Adapun penelitian yang dilakukan Mardatillah dkk, menggunakan metode kuantitatif, variabel independen penelitian ini *Hedonic Shopping Motivation* (X1) dan *Social media* (X2). Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah *Impulsive Buying* (Y), Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, hipotesis pertama diterima, yakni *Hedonic Shopping Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*. Hipotesis kedua diterima, yakni *Social Media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*. Hipotesis ketiga diterima, yakni *Hedonic Shopping Motivation* dan *Social Media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*. Hipotesis keempat tertolak, dimana Literasi Keuangan Syariah syariah tidak mampu memoderasi hubungan *Hedonic Shopping Motivation*

¹⁵ Welina Mustikandari Utami, dkk. “Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 5 Kabupaten Tangerang”, *Jurnal JBES Universitas Isyambek* Syekh Yusuf Tangerang, vol. 2, no. 2, (2021), h. 56.



terhadap *Impulsive Buying*. Hipotesis kelima diterima, yakni Literasi Keuangan Syariah syariah mampu memoderasi hubungan *Social Media* terhadap *Impulsive Buying*. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai variabel *Hedonic Shopping Motivation* (X1) yakni 5,502 dan nilai *Social Media* (X2) yakni 3,214. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Shopping Motivation* dan *Social Media* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Impulsive Buying*. Hasil uji R^2 menunjukkan bahwa 57,8% yang menunjukkan bahwa *Impulsive Buying* dipengaruhi oleh variabel *Hedonic Shopping Motivation* dan *Social media*. Sisanya sebesar 42,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.¹⁶

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Anindya Faisa Amanda, dkk “Perilaku Konsumtif Media Sosial secara Berlebihan bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang di Era Digital (2023)” Jurnal berasal dari Jurnal mediasi Universitas Negeri Semarang volume 2, nomor 2 2023. Adapun penelitian yang dilakukan Anindya Faisa Amanda, dkk. Menggunakan metode kuantitatif dengan metode deskriptif, dengan memberikan data untuk dijawab pada objek melalui pengisian kuesioner. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konsumsi bermedia sosial khususnya bagi mahasiswa fakultas ekonomi sebagai upaya

¹⁶ Mardatillah, dkk. “Peranan Literasi Keuangan Syariah Dalam Memoderasi *Hedonic Shopping Motivation* Dan *Social Media* Terhadap *Impulsive Buying*” Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauudin Makasar, vol. 9, no. 1, (2024), h. 64.



pembelian melalui iklan dan berbagai jenis informasi yang di dapat saat ini merupakan perilaku konsumtif sekaligus menjadi perilaku yang harus bisa diatasi dan diimbangi bagi semua mahasiswa di fakultas ekonomi. Kegiatan ini biasanya dilakukan dan didukung karena memiliki wadah yaitu dengan adanya media sosial yang luas.¹⁷

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Firda Tazqiyatul Rohmah, dkk “Pengaruh Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Remaja (2024)” Jurnal berasal dari Jurnal Intelek Insan Cendikia Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten volume 1, nomor 4, Juni 2024. Adapun penelitian Firda Tazqiyatul Rohmah, dkk menggunakan metode kuantitatif deskriptif, variabel independen penelitian ini adalah Gaya hidup (X1) dan Perilaku konsumtif (X2). Sedangkan varibel dependen penelitian ini adalah Perilaku belanja online remaja (Y), Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah Teknik simple random sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi 0,086 lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan variabel independen tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen.

¹⁷ Anindya Faisa Amanda, dkk. “Perilaku Konsumtif Media Sosial Secara Berlebihan Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang di Era Digital” Jurnal OJS/ PKP Semarang, Vol 2, Nomor 2 (Agustus 2023), h.156.



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.

Hasil uji R² menunjukkan bahwa nilai R square dari variabel Gaya Hidup remaja tentang belanja online sebesar 0,086 sehingga dapat dikatakan baik karena R square lebih besar dari 0.05 maka R² sebesar 8,6%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Remaja sebesar 8,6%.¹⁸

Keenam, penelitian ini dilakukan oleh Merliana Widyawati "Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung (2023)". Skripsi ini menggunakan metode kuantitatif, variabel independent penelitian ini adalah konformitas (X1), dan Kontrol diri (X2). Sedangkan variabel independent penelitian ini adalah Perilaku konsumtif berbelanja *online*, Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa variabel konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi konformitas semakin meningkat pula perilaku konsumtif pada mahasiswa. Uji t menunjukkan $t_{hitung} = -2.852 > t_{tabel} = 1,985$, nilai t (-) negatif menunjukkan bahwa X2 (Kontrol Diri) memiliki hubungan yang berlawanan arah dengan Variabel Y

¹⁸ Firda Tazqiyatul Rohmah, dkk. "Pengaruh Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Remaja", *Jurnal Intelek Insan Cendikia Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten*, vol. 1, no. 4, (2024), h. 1207.



(Perilaku Konsumtif) maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kontrol Diri berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif. Berdasarkan pengujian secara simultan (Uji-F), terlihat bahwa hubungan Konformitas (X1), Kontrol Diri (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah 7,253 nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0.05 adalah 3.09 sehingga $F_{hitung} (7,253) > F_{tabel} (3,09)$. Dengan demikian koefisien signifikan H_3 diterima, artinya Konformitas (X1), Kontrol Diri (X2) beserta dengan indikatornya berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) beserta dengan indikator-indikatornya secara simultan. Korelasi multivariat pada uji regresi diketahui koefisien determinasi R square sebesar 0,453 dan berdasarkan regresi korelasi multivariat diperoleh nilai koefisien korelasi $R = 0,673$ dan $p = 0,000$ yang berarti ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif.¹⁹

Ketujuh, Penelitian yang dilakukan oleh Nisa Majdu Arimi “Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Studi Pada Mahasiswa Universitas Pakuan (2024)”. Skripsi ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan metode

¹⁹ Merliana Widyawati, “Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung”, *Skripsi*, Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, (2023), h. 84.



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.

penelitian eksplanatori, Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 Mahasiswa aktif S1 Universitas Pakuan yang melakukan belanja di *e-commerce* minimal 3x dengan metode penarikan sampel purposive sampling menggunakan perhitungan rumus Lemeshow. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Pakuan. Hasil uji t nilai t_{hitung} 7,183 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,183 > 1,984467$) dengan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$) maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya *e-commerce* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Pakuan. Hasil uji R^2 menunjukkan sebesar 0,345 atau 34,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* memberikan kontribusi terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 34,5% sedangkan sisanya 65,5% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.²⁰

Berdasarkan pemetaan terhadap tujuh penelitian terdahulu yang relevan, penelitian ini memiliki beberapa posisi kebaruan (novelty) yang membedakannya secara substansial. **Pertama**, dari sisi variabel dependen, penelitian ini berfokus pada perilaku doom spending – yang masih jarang diteliti secara empiris di Indonesia – sementara mayoritas penelitian terdahulu lebih banyak

²⁰ Nisa Majdu Arimi, "Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Studi Pada Mahasiswa Universitas Pakuan", *Skripsi*, Bogor: Universitas Pakuan, (2024), h. 92.



mengkaji perilaku konsumtif, impulsive buying, atau belanja online secara umum. Penelitian Dhiptya Ratri Anggraheni (2025) memang membahas doom spending, namun hanya sebatas kajian literatur (narrative literature review), bukan penelitian kuantitatif yang menguji pengaruh antar variabel secara langsung.

Kedua, dari sisi variabel independen, penelitian ini menghadirkan kombinasi baru yang belum pernah diuji secara simultan: Literasi Ekonomi Syariah, Pengendalian Diri, dan Lingkungan Sosial. Penelitian terdahulu oleh Welina Mustikandari Utami dkk (2021) hanya menguji literasi keuangan konvensional dan pengendalian diri; sementara Mardatillah dkk (2024) menguji literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi, bukan variabel independen langsung. Adapun variabel lingkungan sosial belum ditemukan dalam ketujuh penelitian terdahulu sebagai prediktor terhadap perilaku konsumtif maupun doom spending.

Ketiga, dari sisi objek dan lokasi penelitian, penelitian ini secara spesifik menasar mahasiswa Ekonomi Syariah FIAI Universitas Islam Indragiri, yang belum pernah menjadi objek dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Karakteristik mahasiswa ekonomi syariah dengan bekal pemahaman keuangan berbasis syariat menjadikan konteks penelitian ini unik, sekaligus menjawab rekomendasi dari penelitian Dhiptya Ratri Anggraheni (2025) tentang perlunya eksplorasi interdisipliner yang mengintegrasikan faktor sosial dan budaya dalam mitigasi doom spending, serta penelitian

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.



Merliana Widyawati (2023) yang merekomendasikan kajian lebih lanjut tentang perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam.

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat ini

Aspek Perbandingan	Penelitian Terdahulu	Posisi Penelitian Ini (Novelty)
Variabel Dependen (Y)	Perilaku konsumtif (Utami dkk, 2021; Amanda dkk, 2023; Rohmah dkk, 2024; Widyawati, 2023; Arimi, 2024); <i>Impulsive buying</i> (Mardatillah dkk, 2024); <i>Doom spending</i> (Anggraheni, 2025 - metode NLR)	Perilaku <i>Doom Spending</i> (dengan metode kuantitatif, bukan hanya kajian literatur)
Variabel Independen (X)	Literasi keuangan digital (Anggraheni, 2025); Literasi keuangan & pengendalian diri (Utami dkk, 2021); <i>Hedonic shopping motivation & social media</i> (Mardatillah dkk, 2024); Gaya	Literasi Ekonomi Syariah, Pengendalian Diri, dan Lingkungan Sosial (kombinasi baru yang belum pernah diuji secara simultan)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri



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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang	hidup & perilaku konsumtif (Rohmah dkk, 2024); Konformitas & kontrol diri (Widyawati, 2023); <i>E-commerce</i> (Arimi, 2024)	
Peran Literasi Syariah	Sebagai variabel moderasi (Mardatillah dkk, 2024)	Sebagai variabel independen langsung yang mempengaruhi perilaku <i>doom spending</i>
Variabel Lingkungan Sosial	Tidak ditemukan dalam ketujuh penelitian terdahulu	Diuji sebagai variabel independen (kebaruan utama)
Objek Penelitian	Siswa SMA (Utami dkk, 2021); Mahasiswa umum berbagai fakultas (Amanda dkk, 2023; Widyawati, 2023 - UIN Raden Intan; Arimi, 2024 - Universitas Pakuan); Remaja umum (Rohmah dkk, 2024)	Mahasiswa Ekonomi Syariah FIAI Universitas Islam Indragiri (spesifik dan belum pernah diteliti)
Metode Penelitian	<i>Narrative Literature Review</i> (Anggraheni, 2025); Kuantitatif deskriptif (Amanda	Kuantitatif asosiatif kausal dengan pendekatan perspektif Islam yang lebih



1. Dilarang mempernyak 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.

	dkk, 2023; Rohmah dkk, 2024); Kuantitatif asosiatif/eksplanatori (Utami dkk, 2021; Mardatillah dkk, 2024; Widyawati, 2023; Arimi, 2024)	terintegrasi pada variabel syariah
Perspektif Keislaman	Sebagian menggunakan perspektif ekonomi Islam (Widyawati, 2023; Mardatillah dkk, 2024)	Menekankan pandangan Islam terhadap perilaku <i>doom spending</i> dan pengaturan keuangan sesuai syariat Islam (sebagaimana ditegaskan dalam pemaparan penulis)
Lokasi Penelitian	Blitar, Tangerang, Makassar, Semarang, Banten, Lampung, Bogor	Indragiri (Universitas Islam Indragiri) - belum pernah dijangkau penelitian terdahulu

Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kontribusi orisinal berupa pengujian empiris pertama tentang pengaruh literasi ekonomi syariah, pengendalian diri, dan lingkungan sosial secara simultan terhadap perilaku *doom spending* pada konteks mahasiswa ekonomi syariah di wilayah Indragiri.

B. Sistematika Pembahasan



Sistematika pembahasan skripsi ini 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 *research gap* atau *novelty* dari pembahasan 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 perilaku *Doom Spending* perspektif 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, hipotesis, Teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.



Bab IV, Analisis dan Pembahasan. Dalam bab ini berisikan hasil penelitian, klarifikasi bahasan yang disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian dan rumusan masalah. Kemudian penulis menganalisis temuan-temuan yang didapatkan dalam penelitian, yang kemudian di analisis dari sudut pandang Islam terkait Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah, Pengendalian Diri, dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku *Doom Spending* Perspektif Islam pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Indragiri.

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

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.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.