

## **Dampak Bisnis *Online Shop* dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura**

**Muhammad Arziki<sup>\*1</sup>, Ahmad Fuadi<sup>2</sup>, Asmawarna Sinaga<sup>3</sup>**

<sup>\*1, 2, 3</sup>*Sekolah Tinggi Agama Islam Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura*

<sup>\*1</sup>*email: [m.arziki1995@gmail.com](mailto:m.arziki1995@gmail.com)*

<sup>2</sup>*email: [ahmad\\_fuadi@staijm.ac.id](mailto:ahmad_fuadi@staijm.ac.id)*

<sup>3</sup>*email: [asmawarna\\_sinaga@staijm.ac.id](mailto:asmawarna_sinaga@staijm.ac.id)*

---

**Keywords:** *Online*

*Shop Business;*

*Lifestyle; Consumptive*

*Behavior*

---

**ABSTRACT**

The study aims to determine the partial and simultaneous effect of online shop and lifestyle on consumptive behavior of Islamic Banking students at STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura. The data source for this research was obtained from questionnaire answers given by research respondents, namely students of the Islamic Banking Study Program, STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura, as many as 70 respondents. Data analysis in this study used validity test, reliability test, classical assumption test, hypothesis test, and multiple linear regression analysis. Based on this test, it explains that there is a significant influence both partially and simultaneously between the online shop business and lifestyle on the consumptive behavior of Islamic Banking students at STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura. The online shop business and lifestyle influence the consumptive behavior of STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Islamic Banking students by 56.3%, while the rest are influenced by other variables such as pocket money, social status, joining in and others. There is a positive or parallel relationship between the development of the online shop business and lifestyle with consumptive behavior, if the development of the online shop business increases and the lifestyle is high, the consumptive behavior of Islamic Banking students at STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura will also increase, and vice versa if the development of the online shop business is decreasing and the lifestyle they have is decreasing, so the consumptive behavior of Islamic Banking students at STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura will also decrease.

---

**Keywords:** *Bisnis*

*Online Shop; Gaya*

*Hidup; Perilaku*

*Konsumtif.*

---

**ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan *online shop* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura. Sumber data penelitian ini diperoleh dari jawaban angket yang diberikan reponden penelitian yaitu mahasiswa Prodi Perbankan Syariah STAI Jam'iyah

Mahmudiyah Tanjung Pura sebanyak 70 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan pengujian tersebut menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan antara bisnis *online shop* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura. Bisnis *online shop* dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura sebesar 56,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti uang jajan, status sosial, ikut-ikutan dan lain-lain. Terdapat hubungan yang positif atau sejalan antara perkembangan bisnis *online shop* dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif, jika perkembangan bisnis *online shop* meningkat dan gaya hidup yang dimiliki tinggi maka perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura juga akan meningkat, begitupun sebaliknya jika perkembangan bisnis *online shop* menurun dan gaya hidup yang dimiliki menurun maka perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura juga akan menurun.

---

### PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat di era digital sekarang ini menjadi fenomena yang banyak melanda seseorang untuk mengikuti trend-trend terkini yang dapat memicu untuk menimbulkan perilaku konsumtif pada seseorang, fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja terutama mahasiswa. Konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Seperti kita ketahui seseorang membeli sejumlah barang dan jasa untuk di konsumsi. Konsumsi dapat di artikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi (Suherman, 2012).

Salah satu lapisan dalam kegiatan konsumsi adalah mahasiswa. Dalam melakukan kegiatan konsumsi mahasiswa akan dihadapkan oleh berbagai macam pilihan karena setiap mahasiswa memiliki pola konsumsi yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Perilaku konsumen merujuk pada perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan dan menghabiskan produk barang dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka dan tahapan yang

ditempuh para perilaku konsumen dalam rangka untuk memenuhi kebutuhannya dan keinginannya yaitu mengenali kebutuhan, mencari informasi sebelum membeli, melakukan pembelian dan melakukan evaluasi pascabeli (Mulyadi, 2013).

Saat ini para remaja khususnya mahasiswa mereka ingin di akui eksistensinya oleh lingkungan, mereka melakukan berbagai cara untuk berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. kebutuhan setiap orangnya berbeda dan tidak sama dengan yang lainnya dan para mahasiswa ingin menunjukkan diri bahwa mereka bisa mengikuti mode yang sedang beredar padahal model itu sendiri selalu berubah, sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya yang bisa menyebabkan mereka mengkonsumsi barang-barang dan jasa tanpa berpikir panjang untuk membelinya, inilah yang menyebabkan perilaku konsumtif ini terus mengakar pada gaya hidup di sekelompok mahasiswa, pelaku utama gaya hidup konsumtif adalah kelompok usia remaja dan mahasiswa, hasil ini terkait dengan karakteristik mahasiswa yang mudah terbujuk dengan hal-hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman, dan cenderung boros dalam menggunakan uang. Perilaku konsumtif bisa diartikan sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan (Lestarina dan Karimah, 2017)(Pradesyah, Muhammadiyah, and Utara 2023).

Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar pada gaya hidup mahasiswa, gaya hidup konsumtif sebuah perilaku boros, dimana perilaku tersebut mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang mendulukan keinginan semata daripada kebutuhan dengan tidak menggunakan skala prioritas. Perilaku konsumtif ini juga bisa disebut dengan kehidupan bermewah-mewah yang kemudian akan berimbas kepada pembentukan sikap atau perilaku individu yang tidak puas dalam setiap kebutuhan dan keinginannya. Gaya hidup konsumtif merupakan gaya hidup dimana individu tersebut hanya menjadi konsumen dengan membelanjakan uangnya daripada menghasilkan sebuah produk sendiri (Triyaningsih, 2011).

Perilaku konsumtif ini ditambah semakin parah karena kemajuan teknologi yang memungkinkan untuk berbelanja dimana saja dan kapan saja dengan adanya *online shop* atau toko online. Sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia memakai layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir. Persentase tersebut merupakan yang tertinggi di dunia dalam hasil survei We Are Social pada April

2021. Ini merupakan angka yang fantastis berarti bahwa *online shop* sangat diminati masyarakat.

*Online shop* merupakan tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan dalam hasil ini jaringan internet (Yusuf dan Yusuf, 2012). *Online shop* merupakan tempat berjualan yang sebagian besar aktifitasnya dilakukan secara online di internet terkecuali pengiriman barang yang harus dilakukan secara manual dan biasanya biaya pengiriman dibebankan pada konsumen. *Online Shop* adalah website yang digunakan untuk menjual produk melalui internet (Siregar and Pradesyah 2023)(Sari, 2015).

Dengan adanya *online shop* semua orang dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari tanpa harus keluar rumah. Inilah yang memicu masyarakat senang melakukan belanja online dan menjadi lebih konsumtif karena begitu banyaknya media onlineshop yang menawarkan barang dan jasa yang menarik dengan harga dan kualitas yang bervariasi.

Selain dengan kemudahan berbelanja melalui *online shop*, perilaku konsumtif mahasiswa yang merupakan remaja usia muda juga dipengaruhi oleh gaya hidup (*life style*). Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia (Kotler dan Keller, 2012).

Gaya hidup adalah secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya (pendapat) (Setiadi, 2008).

Perihal gaya hidup seseorang mahasiswa tentu juga memiliki suatu gaya hidup yang dijalannya. Kalau dilihat gaya hidup mahasiswa metropolitan lebih memilih nongkrong di cafe, lebih suka berbelanja keinginan mereka tanpa mempertimbangkan manfaat dari apa yang mereka beli. Para mahasiswa berkeliaran di mal dengan berbagai kegiatan yang dilakukan, seperti berbelanja barang atau produk yang menunjang penampilan misalnya tas, baju, sepatu, menonton film baru di bioskop atau bisa jadi nongkrong di cafe. Menghabiskan waktu dan uang hanya untuk kesenangan semata tanpa memikirkan hal itu menjadi kebutuhannya atau tidak (Khairat, 2018).

Gaya hidup memiliki hubungan positif dan memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian. Keputusan yang tepat didasari oleh pemikiran bahwa suatu barang dan jasa dibeli dan diperhitungkan secara rasional, sesuai kebutuhan, harganya sesuai dengan kemampuan dan sesuai dengan takaran (Suryani, 2013).

Berdasarkan penjabaran diatas, terdapat kaitan erat antara *Online Shop* dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif termasuk di kalangan mahasiswa, namun menarik untuk dikaji lebih jauh hubungan tersebut pada mahasiswa di STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura karena lokasi kampus yang tidak di Kota besar dan mahasiswa yang juga dibekali ilmu agama sehingga sedikit banyak menyadari bahwa perilaku konsumtif termasuk kategori boros merupakan hal yang dilarang oleh Islam. Maka penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul: **“Dampak Bisnis *Online Shop* Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura”**.

### TINJAUAN PUSTAKA

*Online shop* merupakan tempat berjualan yang sebagian besar aktifitasnya dilakukan secara *online* di internet terkecuali pengiriman barang yang harus dilakukan secara manual dan biasanya biaya pengiriman dibebankan pada konsumen. *Online shop* adalah website yang digunakan untuk menjual produk melalui internet (Sari, 2015).

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia (Kotler dan Keller, 2012)(Pradesyah 2023).

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai proses pembelajaran yang melibatkan konsumen ketika memperoleh, mengkonsumsi dan menempatkan barang, jasa, aktifitas dan ide agar dapat memuaskan keinginan mereka (Ajizah, 2009). Perilaku konsumtif sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik dalam memperoleh, mengevaluasi, menggunakan serta membuang barang dan jasa (Engel, dkk, 2014)(Siregar and Pradesyah 2023).

Beberapa penelitian yang membahas tema penelitian, diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Penelitian Eva Melita Fitria pada Tahun 2015 dengan judul *“Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda”*. Hasil dari penelitian ini bahwa dapat disimpulkan, Perempuan shopaholic di Samarinda yang telah aktif menggunakan Instagram menjadi semakin konsumtif dalam hal berbelanja online untuk memenuhi kebutuhan yang didasari karena keinginan untuk menjaga penampilan sebagai wujud identitas diri.
2. Penelitian Arohman dan Nabila Cahya Vianda pada Tahun 2020 dengan judul *“Analisis Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FEB UMPRI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2016)”*. Hasil menunjukkan bahwa variabel *Online Shop* memberikan kontribusi sebesar 47,3% terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu dan sisanya sebesar 52,7% dijelaskan atau dipengaruhi faktor lain yang tidak diidentifikasi dalam penelitian ini.
3. Penelitian Masnida Khairat, Nur Aisyiah dan Shanty Yuliana pada Tahun 2018 dengan judul *“Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi”*. Hasil menunjukkan bahwa mahasiswi semester IV Prodi pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah Padang memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi, dan ada hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif.
4. Penelitian Yarian Alamanda pada Tahun 2018 dengan judul *“Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif”*. Hasil penelitian menjelaskan terdapat pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Tidak terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
5. Penelitian Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso pada tahun 2017 dengan judul *“Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Remaja”*. Berdasarkan hasil uji korelasi menunjukkan bahwa

terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja, semakin tinggi gaya hidup seseorang maka perilaku konsumtifnya juga akan semakin rendah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian bersifat asosiatif (hubungan). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. data primer ini diperoleh dari jawaban kuesioner mahasiswa Prodi Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura yang dijadikan responden penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel, karya ilmiah, brosur, *website*, dan undang-undang maupun peraturan yang berkaitan dengan judul penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Prodi Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura angkatan 2019-2022 yang masih aktif yang berjumlah 224 orang. Sampel penelitian ini ialah sampel yang dikehendaki untuk menjawab masalah penelitian merupakan bagian dari populasi yang terjangkau. Peneliti menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 70 orang. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah angket. Tehnik pengumpulan data menggunakan tehnik observasi, angket/kuesioner, dan studi kepustakaan. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji hipotesis, dan analisis regresi berganda (Ismail and Pradesyah 2023).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa Prodi Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura angkatan 2018-2021 dengan jumlah sampel penelitian berjumlah 70 orang. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Karakteristik responden**

| <b>Jenis kelamin</b> | <b>N</b> |
|----------------------|----------|
| Laki-laki            | 32       |
| Perempuan            | 38       |
| <b>Angkatan</b>      |          |

|      |    |
|------|----|
| 2019 | 15 |
| 2020 | 15 |
| 2021 | 20 |
| 2022 | 20 |

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 38 orang, sedangkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang. Karakteristik responden berdasarkan angkatan, didominasi oleh Angkatan 2021 dan 2022 yaitu masing-masing sebanyak 20 orang. Sedangkan Angkatan 2019 dan Angkatan 2020 masing-masing sebanyak 15 orang.

Hasil uji hipotesis sebagai berikut:

**1) Uji t (Uji Parsial)**

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara individual (parsial). Adapun dasar pengambilan keputusan pada Uji t adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai sig < 0,05 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y
- b. Jika nilai sig > 0,05 atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Sebelum melakukan uji t, terlebih dahulu harus diketahui nilai  $t_{tabel}$ . Nilai  $t_{tabel}$  yang diperoleh akan dibandingkan nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh menggunakan SPSS. Berikut rumus untuk mencari nilai  $t_{tabel}$ :

$$t_{tabel} = t (\alpha/2: n-k-1)$$

$\alpha$  : Nilai Signifikansi

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel Bebas

Berdasarkan rumus diatas, maka nilai  $t_{tabel}$  pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$t_{tabel} : t (\alpha/2: n-k-1)$$

$$t_{tabel} : t (0,05/2: 70-2-1)$$

$$t_{tabel} : t (0,025: 67)$$

$t_{tabel} : 1,99601$

Setelah mengetahui nilai  $t_{tabel}$  maka langkah selanjutnya mencari  $t_{hitung}$ . Pada penelitian ini  $t_{hitung}$  diperoleh dari pengolahan data menggunakan program komputer SPSS. Berikut nilai  $t_{hitung}$ :

**Tabel 2**  
**Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t            | Sig.        | Collinearity Statistics |       |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------------|-------------|-------------------------|-------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |              |             | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)       | 16.135                      | 2.900      |                           | 5.563        | .000        |                         |       |
| Bisnis Online Shop | .252                        | .083       | .322                      | <b>3.014</b> | <b>.004</b> | .554                    | 1.805 |
| Gaya Hidup         | .390                        | .083       | .504                      | <b>4.716</b> | <b>.000</b> | .554                    | 1.805 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Outpus SPSS

Berdasarkan tabel 2 tersebut diperoleh hasil uji t terhadap variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

**a. Uji t Terhadap Variabel Bisnis *Online Shop* ( $X_1$ )**

Hasil yang didapat pada tabel 2 variabel *Bisnis Online Shop* ( $X_1$ ) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,004 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,014 > 1,99601$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y, sehingga dapat disimpulkan secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan bisnis *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura.

**b. Uji t Terhadap Variabel Gaya Hidup ( $X_2$ )**

Hasil yang didapat pada tabel 2 variabel *Gaya Hidup* ( $X_2$ ) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,761 > 1,99601$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y, sehingga dapat disimpulkan secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan bisnis *gaya hidup* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura.

**2) Uji F (Uji Simultan)**

Uji  $F_{hitung}$  digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Rumus/Dasar pengambilan keputusan Uji F:

- 1) Jika nilai  $sig < 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.
- 2) Jika nilai  $sig > 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Sebelum melakukan uji F, terlebih dahulu harus diketahui nilai  $F_{tabel}$ . Nilai  $F_{tabel}$  yang diperoleh akan dibandingkan nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh menggunakan SPSS. Berikut rumus untuk mencari nilai  $t_{tabel}$ :

$$F_{tabel} = F (k: n-k)$$

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel Bebas

Berdasarkan rumus diatas, maka nilai  $F_{tabel}$  pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$F_{tabel} = F (k: n-k)$$

$$F_{tabel} = F (2: 70-2)$$

$$F_{tabel} = F (2:68)$$

$$F_{tabel} = 3,13$$

**Tabel 3**  
**Uji f**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |               |                         |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------------|-------------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F             | Sig.                    |
| 1                  | Regression | 578.266        | 2  | 289.133     | <b>45.417</b> | <b>.000<sup>b</sup></b> |
|                    | Residual   | 426.534        | 67 | 6.366       |               |                         |
|                    | Total      | 1004.800       | 69 |             |               |                         |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Bisnis Online Shop

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  diperoleh 45,417 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $45,417 > 3,13$ ), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Sehingga hipotesis yang diterima  $H_a$  yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara bisnis *online shop* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura.

**3) Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi atau R square (R<sup>2</sup>) merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Selengkapnya mengenai hasil uji Adj R<sup>2</sup> dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini :

**Tabel 4**  
**Uji Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .759 <sup>a</sup> | .576     | <b>.563</b>       | 2.523                      | 1.939         |

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Bisnis Online Shop

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Output SPSS

Besarnya angka *adjusted r square* adalah 0,563 atau sebesar 56,3%. Dapat disimpulkan bahwa bisnis *online shop* dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura sebesar 56,3%, sedangkan sisanya sebesar 43,7% (100% - 56,3%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti uang jajan, status sosial, ikut-ikutan dan lain-lain.

**4) Analisis regresi linier berganda**

Analisis regresi linier berganda dilakukan peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen. Selengkapnya mengenai regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu:

**Tabel 5**  
**Uji Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)       | <b>16.135</b>               | 2.900      |                           | 5.563 | .000 |                         |       |
| Bisnis Online Shop | <b>.252</b>                 | .083       | .322                      | 3.014 | .004 | .554                    | 1.805 |
| Gaya Hidup         | <b>.390</b>                 | .083       | .504                      | 4.716 | .000 | .554                    | 1.805 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 5, maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 16,135 + 0,252X_1 + 0,427X_2$$

Dimana :

Y : Perilaku Konsumtif

X<sub>1</sub> : Bisnis *Online Shop*

X<sub>2</sub> : Gaya Hidup

Penjelasan mengenai analisis regresi linear berganda tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 16,135 berarti bahwa jika variabel Bisnis *Online Shop* (X<sub>1</sub>) dan Gaya Hidup (X<sub>2</sub>) nilainya adalah 0, maka Perilaku Konsumtif (Y) nilainya yaitu sebesar 16,135. Maksudnya adalah apabila mahasiswa tidak memperdulikan perkembangan *bisnis online shop* dan memiliki gaya hidup yang biasa saja maka perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura hanya sebesar 16,135%.
- b. Koefisien regresi variabel (X<sub>1</sub>) sebesar 0,252; artinya ketika variabel Bisnis *Online Shop* (X<sub>1</sub>) mengalami kenaikan 100% maka perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura akan mengalami kenaikan sebesar 25,2%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X<sub>1</sub> terhadap Y.
- c. Koefisien regresi variabel (X<sub>2</sub>) sebesar 0,390; artinya ketika variabel Gaya Hidup (X<sub>2</sub>) mengalami kenaikan 100% maka perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura akan mengalami kenaikan sebesar 39%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel X<sub>2</sub> terhadap Y

Terdapat kaitan erat antara *online shop* dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif termasuk di kalangan mahasiswa, namun menarik untuk dikaji lebih jauh hubungan tersebut pada mahasiswa di STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura karena lokasi kampus yang tidak di Kota besar dan mahasiswa yang juga dibekali ilmu agama sehingga sedikit banyak menyadari bahwa perilaku konsumtif termasuk kategori boros merupakan hal yang dilarang oleh Islam.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan antara bisnis *online shop* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura. Secara parsial variabel Bisnis *Online Shop* ( $X_1$ ) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,004 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,014 > 1,99601$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. secara parsial variabel Gaya Hidup ( $X_2$ ) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,761 > 1,99601$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. secara simultan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $45,417 > 3,13$ ), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.
2. Bisnis *online shop* dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura sebesar 56,3%, sedangkan sisanya sebesar 43,7% ( $100\% - 56,3\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti uang jajan, status sosial, ikut-ikutan dan lain-lain.
3. Terdapat hubungan yang positif atau sejalan antara perkembangan bisnis *online shop* dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif, jika perkembangan bisnis *online shop* meningkat dan gaya hidup yang dimiliki tinggi maka perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura juga akan meningkat, begitupun sebaliknya jika perkembangan bisnis *online shop* menurun dan gaya hidup yang dimiliki menurun maka perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura juga akan menurun.

### DAFTAR PUSTAKA

Ajizah, E. *Perilaku Konsumtif pada Remaja*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.

Engel, James F. dkk, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara. 2014.

Khairat, Masnida. *Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi*, Jurnal Al-Qalb Jilid 10, No. 2. 2018.

Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2012.

*Konsumtif dikalangan Remaja*, Jurnal Riset Tindakan Indonesia, Vol 2, No 2. 2017.

Mulyadi. *Perilaku Konsumen dalam perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta. 2013.

Sari, Chacha Andira. *Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga*, Jurnal Ekonomi Islam Vol .IV No. 2. 2015.

Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Kencana. 2008.

Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2012.

Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.

Triyaningsih. *Dampak Online Marketing Melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, vol. 11 No. 2. 2011.

Yusuf, Muhammad., dan Yusuf, Ahmad. *1 Jam Membuat Toko Online dengan Joomla Virtuemart*, Yogyakarta, Expert. 2012.

Ismail, A H, and R Pradesyah. 2023. "Wages in Islamic Law." *Proceeding International Seminar of ...* 4: 873–79.  
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/insis/article/view/14133>.

Pradesyah, Riyan. 2023. "Digital Marketing and Product Literacy on Generation Z' Interest in Using Sharia Banks." *UPMI Proceeding Series* 1(01): 1464–69.

Pradesyah, Riyan, Universitas Muhammadiyah, and Sumatera Utara. 2023. "THE INFLUENCE OF SHARIA HOTEL LITERACY , SERVICE AND PROMOTION ON CONSUMERS ' DECISIONS TO USE SHARIA HOTEL SERVICES IN MEDAN CITY , WITH." 4: 815–27.

Siregar, Sahyu, and Riyan Pradesyah. 2023. "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah Pada Bank Syariah Indonesia." *Al-Sharf Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam* 4(2): 114–28.