

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Perilaku Konsumtif**

##### **1. Perilaku konsumen**

Dalam ilmu ekonomi, konsumsi merupakan perilaku manusia dalam menggunakan dan memanfaatkan barang serta jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sedangkan teori perilaku konsumen dalam ilmu ekonomi merupakan cara konsumen yang termasuk makhluk ekonomi yang selalu memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan dan selalu bertindak sosial.<sup>1</sup>

Perilaku konsumen menurut Schiffman dan Kanuk dalam Bagus menjelaskan perilaku konsumen merupakan proses yang dilalui seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak setelah menghabiskan produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memuaskan kebutuhannya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 3.

<sup>2</sup> Bagus Nurcahyo, *Memahami Riset Konsumen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 19.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dikemukakan, maka dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen merupakan suatu studi tentang tindakan yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok dalam membuat suatu keputusan ketika melakukan pembelian dan penggunaan produk atau jasa untuk memperoleh kepuasan secara maksimal.

## **2. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Kata konsumtif sering diartikan sama dengan kata *konsumerisme*. Padahal, kata *konsumerisme* mengacu pada segala hal yang berkaitan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif menunjukkan pada perilaku konsumen yang mengkonsumsi barang secara berlebihan hanya untuk memenuhi keinginannya untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Perilaku konsumtif menurut Tambunan dalam Edi, mengatakan bahwa perilaku konsumtif menunjukkan pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok.

Adapun perilaku konsumtif menurut Edi didefinisikan sebagai perilaku individu yang ditunjukkan dengan mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang diperlukan, dengan tujuan hanya memenuhi hasrat serta keinginan semata.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dikemukakan, maka perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku individu yang mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan dan tanpa pertimbangan yang matang. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh hawa nafsu dalam memuaskan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan.

### **3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif**

Menurut Lina dan Rasyid dalam Edi, menyebutkan terdapat tiga aspek pada perilaku konsumtif, yaitu sebagai berikut :

- 1) Aspek pembeli implusif (*impulsive buying*)

Pembelian ini didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba tanpa pertimbangan dan perencanaan ketika membeli.

- 2) Aspek pembelian tidak rasional (*non rasional buying*)

Pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesankan sebagai orang yang modern atau mengikuti tren.

- 3) Aspek pembelian berlebihan (*wasteful buying*)

Pembelian jenis ini merupakan salah satu perilaku konsumen dalam membeli barang secara berlebihan tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

#### **4. Indikator Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan teori serta aspek-aspek perilaku konsumtif, maka dapat disimpulkan bahwa indikator perilaku konsumtif yaitu :

1. Keinginan sesaat tanpa pertimbangan

Keinginan sesaat muncul yang didasari oleh hasrat yang tiba-tiba tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu.

2. Mengikuti tren untuk menjaga penampilan

Melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan tetapi penampilan.

### 3. Pembelian tanpa melihat manfaatnya

membeli barang tanpa didasari oleh kebutuhan yang jelas serta perilaku membeli barang lebih dari satu barang yang sama jenisnya.<sup>3</sup>

## 5. Faktor-faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif di antaranya sebagai berikut :

#### 1) Faktor internal, terdiri dari:

- a) Motivasi. Dengan adanya motivasi yang tinggi untuk membeli sesuatu produk, barang atau jasa maka mereka cenderung akan membeli tanpa berpikir secara rasional.
- b) Proses belajar dan pengalaman. Dalam melakukan pembelian maka konsumen sedang mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya dan dijadikan pengalaman sebagai referensi dalam pembelian.

---

<sup>3</sup> Edi Warsidi, *Perilaku Konsumtif Merusakkan Karakter Bangsa*, (Jakarta: CV. Rizky Aditya, 2021), h. 10-15.

- c) Keadaan ekonomi. Dalam melakukan pembelian suatu barang, keadaan ekonomi sangat mempengaruhi pilihan suatu barang.
- d) Kepribadian. Kepribadian merupakan bentuk dari sifat yang ada pada diri seseorang yang menentukan pola perilakunya, seperti kemampuan mengendalikan dan mengontrol tingkah laku.
- e) Sikap. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, sehingga sangat berpengaruh dalam menentukan produk, merk, dan pelayanan.

2) Faktor eksternal terdiri dari:

- a) Faktor kebudayaan. Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui dan dimiliki bersama yang berlaku pada masyarakat.
- b) Faktor kelas sosial. Kelas sosial merupakan suatu kelompok yang terdiri sejumlah orang yang mempunyai sistem nilai, minat dan perilaku yang serupa.
- c) Faktor keluarga. Keluarga merupakan unit sosial terkecil yang memegang peranan terbesar dalam

pembentukan individu termasuk yang berkaitan dengan sikap dan perilaku konsumsi.

- d) Kelompok acuan. Kelompok acuan ini merupakan suatu kelompok yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen sehingga dijadikan ukuran dalam membentuk kepribadian dan perilakunya.<sup>4</sup>

## **B. Konformitas**

### **1. Pengertian Konformitas**

Manusia merupakan makhluk sosial yang cenderung mengikuti aturan-aturan yang berlaku dalam lingkungannya sebagai bentuk penyesuaian diri agar dapat bertahan hidup. Aturan yang mengatur bagaimana cara bertingkah laku ini disebut norma sosial, sedangkan cara termudah bertindak sesuai dengan norma dikenal dengan konformitas. Konformitas adalah bentuk pengaruh sosial di mana seseorang mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan*, (Bandung: Alfabeta, 2002), h. 100-105.

<sup>5</sup> Eko A Meinarno dan Sarlito W Sarwono, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2002), h. 129-130.

Konformitas menurut Seto Mulyadi, merupakan suatu jenis pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan perilaku mereka agar sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku dalam kelompoknya sehingga dapat diterima menjadi bagian dari kelompok tersebut.<sup>6</sup>

Sedangkan menurut Baron dan Byrne dalam Komaruddin, konformitas merupakan penyesuaian perilaku seseorang untuk mengikuti norma kelompok acuan, serta menerima aturan-aturan kelompok yang mengatur cara individu berperilaku.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dikemukakan, maka konformitas didefinisikan sebagai perubahan sikap dan perilaku seseorang sebagai bentuk penyesuaian terhadap norma yang berlaku dalam kelompoknya agar dapat diterima menjadi bagian dari kelompok tersebut.

## **2. Aspek-aspek Konformitas**

Menurut Taylor dalam Komaruddin, terdapat beberapa aspek dalam konformitas di antaranya sebagai berikut :

---

1. <sup>6</sup> Seto Mulyadi, dkk., (ed.) *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Gunadarma, 2016), h.



- 1) Penyesuaian. Adanya keinginan diterima orang lain dengan melakukan penyesuaian pada norma yang ada dalam kelompok.
- 2) Kesepakatan. Suatu keputusan bersama yang sudah dibuat, memiliki tekanan kuat sehingga seseorang harus loyal dan berperilaku sesuai keputusan bersama.
- 3) Ketaatan. Ketaatan muncul diakibatkan karena adanya tekanan atau tuntutan kelompok pada individu, sehingga rela melakukan tindakan apapun, walaupun tidak menginginkannya.

### **3. Indikator Konformitas**

Berdasarkan teori dan aspek-aspek konformitas, maka dapat disimpulkan bahwa indikator konformitas yaitu :

#### **1. Keinginan diterima**

Adanya keinginan untuk diterima dalam kelompok, maka mereka merubah perilakunya agar sesuai dengan norma dalam kelompok.

## 2. Persamaan pendapat

Seseorang yang dihadapkan pada keputusan kelompok yang sudah bulat akan mendapat tekanan yang kuat untuk menyesuaikan pendapatnya sehingga harus menyamakan pola pikir dan perilakunya.

## 3. Pressure group

*Pressure group* atau kelompok penekan terjadi karena adanya tekanan kelompok dalam individu, sehingga individu sulit melakukan penolakan agar tidak diasingkan dalam kelompoknya.<sup>7</sup>

## 4. Faktor-faktor Konformitas

Menurut Brown dalam Seto Mulyadi, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konformitas di antaranya sebagai berikut :

### 1. Pengaruh dari orang yang disukai

Perkataan maupun perilaku orang-orang yang disukai, akan memberikan pengaruh dan cenderung diikuti oleh orang lain yang menyukainya.

---

<sup>7</sup> Komaruddin Hidayat dan Khoiruddin Bashori, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2016), h. 84-85.

## 2. Kekompakan kelompok

Kekompakan kelompok disebut juga kohesivitas. Semakin kohesif suatu kelompok maka akan memberikan pengaruh yang besar terhadap pembentukan pola pikir dan perilaku anggota kelompoknya.

## 3. Ukuran kelompok dan tekanan sosial

Semakin besar ukuran kelompok, maka kecenderungan individu untuk mengikuti kelompoknya semakin meningkat dengan menyesuaikan ukuran kelompoknya.

## 4. Norma sosial

Norma sosial dapat berupa norma deskriptif dan injungtif. Norma deskriptif yaitu norma yang hanya mendeskripsikan apa yang sebagian besar orang lakukan dalam situasi tertentu. Sedangkan, norma injungtif mempengaruhi individu dalam menetapkan apa yang dilakukan dan tingkah laku apa yang diterima pada situasi tertentu.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Seto Mulyadi, dkk., (ed.) *Psikologi Sosial...* h. 3.

## **C. Kontrol Diri**

### **1. Pengertian Kontrol Diri**

Kontrol diri merupakan kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya serta kemampuan individu dalam mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku yang sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi.

Kontrol diri menurut Calhoun dan Acocella dalam Ghufron didefinisikan sebagai pengaturan proses-proses fisik, psikologis, dan perilaku seseorang dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri.

Sedangkan menurut Snyder dan Gangestad dalam Ghufron, ia mengatakan bahwa konsep mengenai kontrol diri secara langsung sangat relevan untuk melihat hubungan antara individu dengan lingkungannya dalam mengatur kesan masyarakat yang sesuai dengan isyarat situasional dalam bersikap dan berpendirian yang efektif.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dikemukakan, maka kontrol diri diartikan sebagai sesuatu aktivitas pengendalian tingkah laku dengan melakukan pertimbangan terlebih dahulu sebelum bertindak.

## 2. Aspek-aspek Kontrol Diri

Menurut Averill dalam Ghufron, ia menyebutkan kontrol diri yang digunakan seseorang dalam menghadapi situasi tertentu meliputi; kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan mengontrol keputusan (*decisional control*).

### 1) Kontrol perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku ini merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan.

### 2) Kontrol kognitif (*cognitive control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menilai atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi untuk mengurangi tekanan.

### 3) Mengontrol keputusan (*decisional control*)

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan individu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya.

### **3. Indikator Kontrol Diri**

Berdasarkan teori serta aspek-aspek kontrol diri, maka dapat disimpulkan bahwa indikator kontrol diri yaitu :

1. Kemampuan mengendalikan keadaan

Kemampuan individu dalam mempertimbangkan dan membuat pilihan ketika dihadapkan pada suatu keadaan tertentu.

2. Kemampuan mengolah informasi

Individu harus mampu mengolah informasi terlebih dahulu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan dengan berbagai pertimbangan, sebelum memutuskan suatu tindakan.

3. Kemampuan memilih tindakan

Dalam menentukan pilihan individu harus mampu memilih suatu tindakan yang diyakininya agar lebih percaya diri.

### **4. Faktor-faktor Kontrol Diri**

Secara garis besar kontrol diri dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terdiri dari faktor internal dan eksternal.

1) Faktor internal

Faktor internal yang mempengaruhi kontrol diri seseorang adalah usia. Semakin bertambah usia maka semakin baik kemampuan dalam mengontrol diri dan mampu mempertimbangkan mana yang baik dan yang kurang baik.

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal ini di antaranya adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orang tua sangat menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang.<sup>9</sup>

## **D. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam**

### **1. Teori Konsumen**

Dalam kegiatan ekonomi, konsumsi merupakan bagian terpenting dalam kegiatan ekonomi karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi, oleh karena itu kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia.

---

<sup>9</sup> Nur Ghufron dan Rini Risnawati, *Teori-Teori Psikologi*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), h. 21-23.

Pelaku konsumsi yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya disebut konsumen, perilaku konsumen dalam hal berkonsumsi selalu berubah-ubah dalam memenuhi kebutuhannya.<sup>10</sup>

Teori perilaku konsumen dalam ekonomi Islam memiliki perbedaan dengan ekonomi konvensional. Perbedaannya dapat dilihat dari tujuannya, apabila dalam ekonomi konvensional konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh keinginan (*utility*) maka dalam ekonomi Islam, konsumen bertujuan untuk mencapai *maslahah*. *Maslahah* dalam hal ini yaitu terdapatnya manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsi sehingga konsumen akan merasakan adanya manfaat ketika mendapatkan pemenuhan kebutuhannya dan di sisi lain, berkah yang diperoleh ketika mengkonsumsi barang atau jasa yang dibolehkan dalam syariat Islam.<sup>11</sup> Sesuai dengan firman Allah Swt dalam QS. An-Nahl ayat 114.

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمْ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِعَائِهِ تَعْبُدُونَ

---

<sup>10</sup> Jaharuddin dan Bambang Sutrisno, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2019), h. 103.

<sup>11</sup> Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2011), h. 139-152.



Artinya : “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya”.<sup>12</sup>

Dari ayat di atas menjelaskan bahwa konsumsilah barang atau jasa yang halal sesuai syariat Islam dan bersyukurlah atas nikmat yang Allah berikan. Nikmat di sini merupakan berkah yang diberikan kepada hamba-Nya dari barang atau jasa yang diperoleh secara halal.

## **2. Etika Konsumsi dalam Islam**

Islam telah mengatur umatnya bagaimana cara berkonsumsi sesuai syariat Islam, karena pada hakikatnya kegiatan konsumsi merupakan aturan atau etika. Berikut etika konsumsi dalam Islam :

### **1. Barang dan jasa yang dikonsumsi harus halal**

Al-Qur'an telah memberikan petunjuk dalam hal konsumsi salah satunya mengkonsumsi barang yang halal serta menunjukkan nilai kebaikan dan menimbulkan masalah.

---

<sup>12</sup> Kementerian Agama, “Qur'an Kemenag”, <https://quran.kemenag.go.id/sura/16/114> , diakses pada 13 September 2021, pukul 20:18 WIB.

2. Tidak melanggar batas-batas kewajaran dalam berkonsumsi

Kegiatan konsumsi dalam Islam harus sesuai dengan batas-batas kesanggupan dan kemampuan finansial, serta tidak berlebih-lebihan.

3. Memperhatikan skala prioritas

Ketika berkonsumsi harus memperhatikan skala prioritas yang merupakan salah satu upaya untuk mengurangi *israf* dalam berkonsumsi bagi seorang muslim.<sup>13</sup>

### **3. Prinsip Konsumsi dalam Islam**

Menurut Sumar'in dalam Ridwan, terdapat lima prinsip dasar yang dijadikan acuan ketika berkonsumsi dalam Islam yaitu :

1. Prinsip keadilan, prinsip ini mengajarkan kebenaran dalam mempergunakan barang yang dibenarkan oleh syara' baik dari segi zat, cara memproduksi, serta tujuan dari mengkonsumsi barang tersebut.

---

<sup>13</sup> Jaharuddin dan Bambang Sutrisno, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2019), h. 97-99.

2. Prinsip kebersihan, prinsip ini mengajarkan bahwa barang yang dikonsumsi harus bersih, baik, bermanfaat, dan sesuai dengan kebutuhan untuk dikonsumsi.
3. Prinsip kesederhanaan, prinsip ini dalam melakukan konsumsi tidak boleh berlebihan harus sesuai kebutuhan untuk menahan hawa nafsu dan keinginan yang berlebihan.
4. Prinsip kemurahan hati, prinsip ini memerintahkan kita sebagai makhluk sosial agar senantiasa memperhatikan saudara dan tetangga.
5. Prinsip moralitas, prinsip ini mengajarkan kita dalam mengkonsumsi harus memenuhi etika, adat kesopanan, dan perilaku terpuji seperti bersyukur serta sabar dengan menghindari sifat kikir dan rakus.<sup>14</sup>

#### **4. Perilaku Konsumen dalam perspektif Ekonomi Islam**

Konsumsi secara umum merupakan suatu pemenuhan kebutuhan konsumen baik dalam bentuk barang maupun jasa, untuk mengambil manfaat dan memenuhi kebutuhan terhadap dirinya.

---

<sup>14</sup> Muhammad Ridwan, dkk., (ed.) *Ekonomi Mikro Islam*, (Medan: Buku Diktat, 2017), h. 71-72.

Dalam perspektif ekonomi Islam, seorang muslim akan dihadapkan pada pilihan antara mengkonsumsi benda ekonomi yang bersifat duniawi dan yang bersifat ibadah, tentu konsumsi yang tujuannya untuk ibadah bernilai lebih tinggi daripada untuk duniawi karena orientasinya kepada *falah* (kebahagiaan) yang akan mendapatkan pahala dari Allah SWT.

Konsumsi untuk ibadah pada hakikatnya adalah konsumsi untuk masa depan yaitu kehidupan akhirat, sementara konsumsi duniawi adalah konsumsi untuk masa sekarang. Seorang muslim yang rasional semestinya mengalokasikan anggaran lebih banyak dalam konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi karena tujuannya kepada *falah*, semakin tinggi pencapaian *falah* maka akan memperoleh utilitas yang lebih bernilai dibandingkan utilitas duniawi.<sup>15</sup> Sebagaimana yang tercantum dalam firman Allah SWT, dalam QS. Al-Isra' ayat 26 yang berbunyi:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦

Artinya: “Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan;

---

<sup>15</sup> Jaharuddin dan Bambang Sutrisno, *Pengantar Ekonomi Islam...* h. 110-111.

dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”<sup>16</sup>.

Serta hadits yang diriwayatkan oleh Ahmad dan Abu Dawud yang berbunyi:

وَعَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ، عَنْ أَبِيهِ، عَنْ جَدِّهِ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ( كُلُّ، وَاشْرَبْ، وَالْبَسْ، وَتَصَدَّقْ فِي غَيْرِ سَرَافٍ، وَلَا مَخِيلَةٍ ) أَخْرَجَهُ أَبُو دَاوُدَ، وَأَحْمَدُ، وَعَلَّقَهُ الْبُخَارِيُّ

Artinya: Dari Amar Ibnu Syu’aib, dari ayahnya, dari kakeknya, radhiyallāhum ‘anhu bahwa Rasulullāh shallallāhu ‘alayhi wa sallam bersabda: “Makanlah, minumlah, berpakaianlah, dan bersedekahlah tanpa berlebihan dan sikap sombong.” (Riwayat Ahmad dan Abu Dawud. Hadits mu’allaq menurut Bukhari).<sup>17</sup>

Ayat dan hadits di atas menjelaskan tentang teguran kepada umatnya tentang larangan berlebih-lebihan ketika berkonsumsi dengan mengutamakan kepentingan akhirat dibandingkan duniawi.

---

<sup>16</sup> Kementerian Agama, “Qur’an Kemenag”, <https://quran.kemenag.go.id/sura/17>, diakses pada 15 September 2021, pukul 15:32 WIB.

<sup>17</sup> <https://ilmiiyyah.com/archives/3616> diakses pada 15 September 2021, pukul 19:32 WIB.

Oleh karena itu perilaku konsumen dalam Islam memiliki keunggulan bahwa dalam memenuhi kebutuhannya tidak sekedar memenuhi kebutuhan individu (materi) tetapi juga kebutuhan sosial (spiritual). Ketika seorang muslim mendapatkan penghasilan rutinnya mereka tidak menghabiskan untuk dirinya sendiri tetapi dibelanjakan di jalan Allah SWT untuk mencari ridanya seperti menyalurkan sebagian hartanya dalam bentuk zakat, sedekah, dan infak. Hal ini mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT (*hablumina Allah*) dan manusia (*hablumina an-nas*).<sup>18</sup>

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Dalam rangka mendukung permasalahan terhadap bahasa, maka penulis berusaha mencari berbagai literatur dari berbagai peneliti terdahulu. Penelitian terdahulu pada penelitian ini bersumber dari skripsi dan jurnal yang relevan dengan penelitian ini, di antaranya sebagai berikut:

---

<sup>18</sup> Jaharuddin dan Bambang Sutrisno, *Pengantar Ekonomi Islam...* h. 115.

**Tabel. 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis dan Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Ratna Rachmadani 2021. <sup>19</sup> Perilaku konsumtif mahasiswa bekerja: Dapatkah dipengaruhi oleh kontrol diri?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membahas tentang kontrol diri terhadap perilaku konsumtif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi penelitian terdahulu berada di Surabaya, sedangkan lokasi peneliti penulis berada kota Serang.</li> <li>• Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan metode non probability sampling dengan teknik <i>convenience sampling</i>, sedangkan peneliti penulis</li> </ul>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

<sup>19</sup> Ratna Rachamadani, "Perilaku Konsumtif mahasiswa bekerja : Dapatkah dipengaruhi oleh Kontrol Diri?", dalam *INNER: Journal of Psychological Research*, Vol. 1, No. 1 (Mei 2021) Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. <https://aksiologi.org/index.php/inner/article/view/21/5> , diunduh pada 29 Oktober 2021, pukul 21:20 WIB.

			<p>menggunakan metode probability sampling dengan teknik <i>simple random sampling</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah populasi dan sampel peneliti terdahulu sebesar 591 populasi dan 240 sampel, sedangkan peneliti penulis sebesar 724 populasi dan 145 sampel.</li> </ul>	
2.	Indah Haryani dan Jhon Herwanto 2015. <sup>20</sup> Hubungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membahas tentang konformitas, kontrol diri terhadap</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Letak geografis penelitian terdahulu ini terdapat di luar</li> </ul>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara konformitas dan

<sup>20</sup> Indah Haryani dan Jhon Herwanto, "Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi", *Jurnal Psikologi*, Vol. 11, No. 1 (Juni 2015) Fakultas Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/psikologi/article/viewFile/1555/1297> , diunduh pada 29 Oktober 2021, pukul 21:30 WIB.



	<p>konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi.</p>	<p>perilaku konsumtif.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan analisis regresi linear berganda.</li> </ul>	<p>pulau jawa, sedangkan peneliti penulis mengambil penelitian di pulau jawa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Data periode peneliti terdahulu diambil tahun 2015, sedangkan peneliti penulis mengambil tahun 2021.</li> <li>• Jumlah populasi dan sampel peneliti terdahulu sebesar 667 populasi dan 120 sampel, sedangkan peneliti penulis sebesar 724 populasi dan 145</li> </ul>	<p>kontrol diri secara simultan berpengaruh positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi Jurusan Akuntansi program studi S1 UIN SUSKA Riau.</p>
--	--	--	--	---

			<p>sampel.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan teknik <i>stratified proportional sampling</i>, sedangkan peneliti penulis menggunakan teknik <i>simple random sampling</i>.</li> </ul>	
3.	Muhammad Abid Sidik 2017. <sup>20</sup> Analisis pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dalam perspektif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membahas tentang konformitas, kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.</li> <li>• Menggunakan analisis regresi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Letak geografis penelitian terdahulu ini terdapat di luar pulau jawa, sedangkan peneliti penulis</li> </ul>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara konformitas dan kontrol diri secara simultan berpengaruh positif dan

<sup>20</sup> Muhammad Abid Sidik, "Analisis Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2017). [http://repository.radenintan.ac.id/1022/1/SKRIPSI\\_Sidik.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/1022/1/SKRIPSI_Sidik.pdf), diunduh pada 16 Maret 2021, pukul 15:20 WIB.

	ekonomi Islam.	linear berganda.	<p>mengambil penelitian di pulau jawa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Data periode peneliti terdahulu diambil tahun 2017, sedangkan peneliti penulis mengambil tahun 2021.</li> <li>• Jumlah populasi dan sampel peneliti terdahulu sebesar 832 populasi dan 45 sampel, sedangkan peneliti penulis sebesar 724 populasi dan 145 sampel.</li> <li>• Pengambilan sampel peneliti terdahulu</li> </ul>	signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Raden Intan Lampung.
--	----------------	------------------	---	--

			<p>menggunakan metode non probability sampling dengan teknik <i>purposive sampling</i>, sedangkan peneliti penulis menggunakan metode probability sampling dengan teknik <i>simple random sampling</i>.</p>	
4.	<p>Caesarani Dewinda dan Tanti Susilarini 2021.<sup>21</sup></p> <p>Hubungan antara konformitas dan kontrol diri</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membahas tentang konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi penelitian terdahulu berada di Jakarta, sedangkan lokasi peneliti</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara simultan antara konformitas dan kontrol diri</p>

<sup>21</sup> Caesarani Dewinda dan Tanti Susilarini, "Hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik *Lipstick Maybelline*", *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, Vol. 5, No. 2 (Juli 2021) Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/950>, diunduh pada 7 Februari 2021, pukul 11:25 WIB.

	<p>dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik <i>Lipstick Maybelline</i>.</p>		<p>penulis berada di Kota Serang.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan metode <i>non probability sampling</i> dengan teknik <i>snowball sampling</i>, sedangkan peneliti penulis menggunakan metode <i>probability sampling</i> dengan teknik <i>simple random sampling</i>.</li> <li>• Jumlah populasi dan sampel peneliti terdahulu sebesar 123 populasi dan</li> </ul>	<p>dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik <i>lipstick Maybelline</i> pada mahasiswi fakultas psikologi tahun 2016 di UPI YAI.</p>
--	---	--	---	---

			90 sampel, sedangkan peneliti penulis sebesar 724 populasi dan 145 sampel.	
5.	Nur Fitriyani, Presetyo Budi Widodo, dan Nailul Fauziah 2013. <sup>22</sup> Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membahas tentang konformitas terhadap perilaku konsumtif.</li> <li>• Menggunakan analisis regresi berganda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi penelitian terdahulu di Semarang, sedangkan lokasi peneliti penulis berada kota Serang.</li> <li>• Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan metode <i>non probabilitly sampling</i> dengan teknik <i>Purposive Proportional</i></li> </ul>	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi kos di perumahan Genuk Indah Semarang.

<sup>22</sup> Nur Fitriyani, Presetyo Budi Widodo, dan Nailul Fauziah, "Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang", *Jurnal Psikologi Undip*, Vol. 12, No. 1 (April 2013) Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/8338>, diunduh pada 21 September 2021, pukul 21:56 WIB.

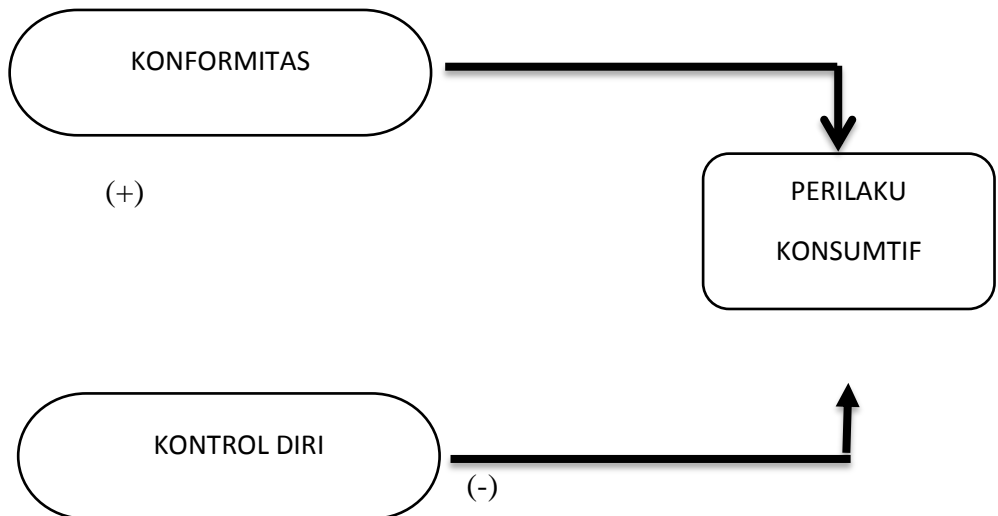
			<p><i>Random Sampling,</i> sedangkan penulis menggunakan metode <i>probability sampling</i> dengan teknik <i>simple random sampling.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Data periode penelitian terdahulu tahun 2013, sedangkan penulis tahun 2021.</li> </ul>	
--	--	--	--	--

## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan proses memilih aspek-aspek dalam tinjauan teori yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dibuat dalam bentuk bagan yang merupakan suatu rangkaian konsep dasar secara sistematis menggambarkan variabel dan hubungan antar variabel. Sebagai rangkaian penalaran berdasarkan premis-premis teori yang relevan hingga menuju kesimpulan dan berakhir pada hipotesis yang akan diuji

secara empiris. Kerangka pemikiran merupakan gambaran logika dari peneliti yang akan disusun menjadi hipotesis penelitian.<sup>23</sup>

**Gambar. 2. 1 Kerangka Pemikiran**



Keterangan :

( + ) : hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif bersifat positif. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.

( - ) : hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif bersifat negatif. Semakin rendah kontrol diri maka

<sup>23</sup> Firdaus dan Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), h. 76.



semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif.

## **G. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pada rumusan masalah. Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>a1</sub> : Diduga terdapat pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

H<sub>a2</sub> : Diduga terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

H<sub>a3</sub> : Diduga terdapat pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.