

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Bimbingan Konseling Islam pada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiat atau mencontek karya ilmiah orang lain, saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar sarjana yang saya terima ataupun sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 09 Oktober 2025



Dilah Taruna

NIM: 191520070

ABSTRAK

Nama: **Dilah Taruna**, NIM: 191520070, judul skripsi: “**Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Konseling Islam**”. Program Studi Bimbingan Konseling Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten tahun 2025 M/1447 H.

TikTok merupakan platform media sosial yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana promosi dan belanja online. Kemudahan akses, tren, dan promosi yang menarik membuat mahasiswa semakin rentan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui tingkat penggunaan sosial media TikTok pada mahasiswa Program Studi Bimbingan Konseling Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, (2) mengetahui tingkat perilaku konsumtif mahasiswa, dan (3) mengetahui ada tidaknya pengaruh sosial media TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, metode dalam penelitian ini menggunakan metode kausalitas, dengan teknik pengambilan sampel menurut Suharsimi diambil 20-25% dari total populasi, maka sampel yang diambil adalah 22% berjumlah 157 mahasiswa dari total populasi 713 mahasiswa prodi Bimbingan Konseling Islam angkatan tahun 2021-2022 Fakultas Dakwah pada tahun 2025. Teknik analisis data menggunakan teknik korelasi dan uji Anova Post Hoc. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Tingkat penggunaan sosial media Tiktok pada mahasiswa program studi Bimbingan Konseling Islam di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dapat diketahui dari hasil mean sebesar 68 dan mayoritas mahasiswa sebanyak 80 orang, yakni 54%, termasuk ke dalam kategori pengguna aktif Tiktok, (2) tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi Bimbingan Konseling Islam di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dapat diketahui dari hasil mean sebesar 67, dan sebanyak 91 mahasiswa, yakni 58% mahasiswa berada pada kategori konsumtif, yang berarti mayoritas mahasiswa cenderung melakukan pembelian bukan semata-mata karena kebutuhan, tetapi dipengaruhi oleh faktor eksternal, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan sosial media Tiktok terhadap perilaku konsumtif dengan nilai Pearson Correlation sebesar 0,541 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dalam hal ini, indikator aktivitas menjadi aspek paling dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif, diikuti oleh durasi penggunaan, sementara frekuensi menunjukkan pengaruh yang lebih lemah. Semakin tinggi keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas Tiktok, semakin tinggi pula kecenderungan berperilaku konsumtif.

Kata Kunci: Tiktok, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, Bimbingan Konseling Islam

ABSTRACT

Name: **Dilah Taruna**, Student ID: 191520070, thesis title: “**The Influence of TikTok Social Media on Consumptive Behavior Among Students of the Islamic Guidance and Counseling Study Program**”. Study Program Islamic Guidance and Counseling, Faculty of Da’wah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, year 2025 M/1447 H

TikTok is a social media platform that serves not only as entertainment, but also as a means of promotion and online shopping. Its ease of access, trends, and attractive promotions make students increasingly vulnerable to consumptive behavior. This study aims to: (1) determine the level of TikTok social media usage among students of the Islamic Counseling Study Program at UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, (2) determine the level of consumptive behavior among students, and (3) determine whether TikTok social media has an influence on the consumptive behavior of students. This study used quantitative research and the method used in this study is the causal method with the sampling technique, according to Suharsimi, involves taking 20–25% of the total population. Therefore, a sample of 22%, consisting of 157 students, was taken from the total population of 713 students in the Islamic Guidance and Counseling Study Program from the 2021–2022 cohort of the Faculty of Da’wah in 2025. The data analysis technique used was correlation analysis and the ANOVA Post Hoc test. The results showed that (1) the level of TikTok social media usage among students of the Islamic Counseling Study Program at UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten can be determined from a mean score of 68, with the majority of students (80 students, or 54%) falling into the category of active TikTok users, (2) The level of consumptive behavior among students majoring in Islamic Counseling at UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten can be seen from the mean score of 67 and a total of 91 students, meaning that 58% of students are in the consumptive category. This indicates that the majority of students tend to make purchases not solely based on need, but are influenced by external factors. (3) There is a positive and significant influence between the use of TikTok social media and consumptive behavior, with a Pearson Correlation value of 0.541 and a significance of $0.000 < 0.05$. In this case, the activity indicator is the most dominant aspect in influencing consumptive behavior, followed by duration of use, while frequency shows a weaker influence. The higher the students' involvement in TikTok activities, the higher their tendency to engage in consumptive behavior.

Keywords: TikTok, Consumptive Behavior, Students, Islamic Guidance and Counseling



**FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Nomor : Nota Dinas
Lamp : -
Hal : **Ujian Skripsi
a.n Dilah Taruna
NIM: 191520070**

Kepada Yth
**Dekan Fakultas Dakwah
UIN SMH Banten
Di- Serang**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Diperumumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan, maka kami berpendapat bahwa skripsi atas nama Dilah Taruna NIM: 191520070 dengan Judul "**Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Konseling Islam**", telah layak diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqosah pada Fakultas Dakwah Program Studi Bimbingan Konseling Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian atas segala perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Pembimbing I

Dr. Hunainah, M.M.
NIP: 19670414 199303 2 003

Serang, 08 Oktober 2025
Pembimbing II

Ahmad Rofi S, M.Pd.
NIP: 19890330 202012 1 006

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH SOSIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
BIMBINGAN KONSELING ISLAM**

Oleh:

Dilah Taruna

191520070

Menyetujui,

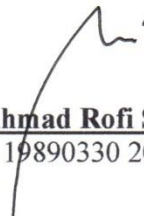
Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hunainah, M.M.

NIP: 19670414 199303 2 003



Ahmad Rofi S, M.Pd.

NIP: 19890330 202012 1 006

Mengetahui,

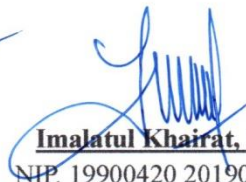
Dekan
Fakultas Dakwah

Ketua Program Studi
Bimbingan Konseling Islam



Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A

NIP. 19720626 199803 1002



Imalatul Khairat, M.Pd

NIP. 19900420 201903 2 018

PENGESAHAN


Skripsi a.n. **Dilah Taruna**, NIM: 191520070, Judul Skripsi: **Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Konseling Islam** telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 23 Oktober 2025. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah Program Studi Bimbingan Konseling Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 23 Oktober 2025

Sidang Munaqasyah,

Ketua Merangkap Anggota,

Sekretaris Merangkap
Anggota,



Dr. H. Helmy Faizi Bahrul Ulumi, M.Hum.
NIP: 19770813 200604 1 003




Imalatu Khairat, M.Pd.
NIP. 19900420 201903 2 018

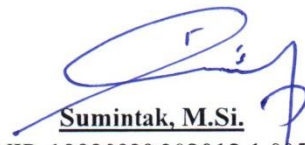
Anggota,

Penguji I

Penguji II




Rina Darajatun, M.I.Kom.
NIP. 19790601 200501 2 008



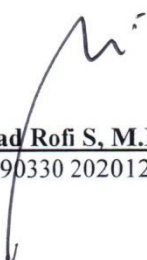
Sumintak, M.Si.
NIP. 19930929 202012 1 005

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hunainah, M.M.
NIP: 19670414 199303 2 003



Ahmad Rofi S, M.Pd.
NIP: 19890330 202012 1 006

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang senantiasa mengiringi setiap langkah. Tanpa pertolongan dan kasih sayang-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Kasmani dan Ibu Aminah yang telah menjadi sumber doa, kasih sayang, dan semangat tanpa henti. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat, dan cinta yang tiada terbalaskan. Ucapan terima kasih yang mendalam juga penulis sampaikan kepada keluarga besar yang selalu memberikan dukungan moral dan doa di setiap langkah perjuangan ini.

Tidak lupa, banyaknya rasa terima kasih penulis tujukan kepada para dosen dan pembimbing di prodi Bimbingan Konseling Islam, yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan. Ilmu, arahan, serta teladan yang diberikan menjadi bekal berharga dalam perjalanan hidup penulis.

Terima kasih juga kepada sahabat dan rekan seperjuangan yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta kebersamaan yang tak terlupakan selama menempuh pendidikan di bangku kuliah.

Akhirnya, semoga karya ini dapat membawa manfaat, menjadi amal kebaikan, dan memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Bimbingan Konseling Islam.

MOTTO

“Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

(QS. Al-A‘rāf [7]: 31)

*“Do it scared, do it tired, do it unsure, do it sad,
do it anyways” -unknown*

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Dilah Taruna, lahir di Pandeglang pada tanggal 22 Agustus 2002. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudari dari pasangan Bapak Kasmani dan Ibu Aminah. Bertempat tinggal di Kp. Langkapcaang, Rt/Rw 002/001 Desa. Campakawarna Kecamatan Sindangresmi Kabupaten Pandeglang Banten.

Adapun jenjang pendidikan formal yang penulis tempuh, sekolah tingkat dasar SDN Campakawarna lulus pada tahun 2013, kemudian sekolah tingkat menengah pertama di SMPN 2 Sindangresmi lulus pada tahun 2016, kemudian sekolah menengah atas di SMAN 12 Pandeglang lulus pada tahun 2019 dan penulis melanjutkan studi di Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada jurusan Bimbingan Konseling Islam Fakultas Dakwah tahun 2019.

Demikian riwayat singkat penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk dapat memperoleh gelar sarjana strata satu pada Program Studi Bimbingan Konseling Islam. Shalawat dan salam penulis persembahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga hari akhir.

Alhamdulillah, dengan pertolongan Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Konseling Islam.**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan terdapat berbagai kekurangan. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah membantu hingga karya tulis ini dapat terselesaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Ishom, S.Ag., M.A., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Bapak Prof. Dr. H. Endad Musaddad, M.A., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Ibu Imalatul Khairat, M.Pd., Ketua Program Studi Bimbingan Konseling Islam dan Ibu Tri Windi Oktara, S.Pd., M.Psi., Sekretaris Program Studi Bimbingan Konseling Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
4. Ibu Dr. Hunainah, M.M., Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya, memberikan bimbingan, arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran, tenaga, dan pikirannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Rofi S, M.Pd., Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya, memberikan bimbingan, arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran, tenaga, dan pikirannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten terutama yang telah mengajar dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang dan kesabaran selama kuliah.
7. Bapak dan Ibu Pengurus Perpustakaan Umum, *Staff* Akademik Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah membantu dalam hal administrasi dan sumber bacaan.
8. Bapak Kasmani dan Ibu Aminah, serta keluarga tercinta yang telah menjadi sumber doa, kasih sayang, dan semangat tanpa henti. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat, dan cinta yang tiada terbalaskan. Ucapan terima kasih

- yang mendalam juga penulis sampaikan kepada keluarga besar yang selalu memberikan dukungan moral dan doa di setiap langkah perjuangan ini
9. Para sahabat yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena sebab itu penulis mengharapkan pendapat, saran dan kritik yang bersifat membangun guna mencapai hasil yang lebih baik dimasa yang akan datang.

Serang, 09 Oktober 2025

Penulis

Dilah Taruna

NIM: 191520070

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
NOTA DINAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan dan Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	7
G. Definisi Operasional	10
BAB II KAJIAN TEORITIS	11
A. Sosial Media Tiktok.....	11
1. Pengertian Sosial Media Tiktok	11
2. Indikator Sosial Media Tiktok.....	13
3. Dampak Sosial Media Tiktok.....	16
4. Penggunaan Tiktok.....	18

B. Perilaku Konsumtif.....	19
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	19
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	21
3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	23
4. Indikator Perilaku Konsumtif.....	26
C. Lifestyle Alfred Adler	27
D. Kerangka Berpikir.....	28
E. Hubungan Antar Variabel.....	29
F. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Variabel penelitian	32
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
G. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian.....	50
B. Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Grafik Histogram Uji Normalitas	56
Gambar 4. 2 Grafik Plot Hasil Uji Normalitas	56

DAFTAR TABEL

Table 3. 1 Kisi-kisi Variabel Sosial Media Tiktok.....	33
Table 3. 2 Kisi-kisi Variabel Perilaku Konsumtif.....	35
Table 3. 3 Alternatif Jawaban Pada Skala Likert.....	37
Table 3. 4 Kisi-kisi Kuesioner Skala Sosial Media	38
Table 3. 5 Kisi-kisi Kueisioner Skala Perilaku Konsumtif.....	38
Table 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Sosial Media Tiktok (X).....	42
Table 3. 7 Kisi-kisi kuesioner variabel X setelah validitas.....	44
Table 3. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	44
Table 3. 9 Kisi-kisi kuesioner variabel Y setelah validitas	46
Table 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sosial Media Tiktok (X)	47
Table 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	47
Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Sosial Media Tiktok.....	51
Tabel 4. 2 Interval Skor Sosial Media Tiktok.....	51
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Sosial Media Tiktok	51
Tabel 4. 4 Hasil Pra Survei.....	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif.....	54
Tabel 4. 6 Interval Skor Perilaku Konsumtif.....	54
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Linieritas	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Homogenitas	58
Tabel 4. 11 Analisis Korelasi.....	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Anova	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Post Hoc Indikator Frekuensi.....	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Post Hoc Indikator Durasi.....	62
Tabel 4. 15 Hasil Uji Post Hoc Indikator Aktivitas	63
Tabel 4. 16 Hasil Uji Anova Pada Indikator Variabel Y	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pra Penelitian.....	83
Lampiran 2 Surat Permohonan Judgement Angket	84
Lampiran 3 Judgement Angket.....	85
Lampiran 4 Judgement Angket.....	86
Lampiran 5 Kuesioner Sebelum Uji Validitas	87
Lampiran 6 Kuesioner Setelah Uji Coba.....	91
Lampiran 7 Tabulasi Data dan Data Awal	94
Lampiran 8 Dokumentasi Olah Data.....	110
Lampiran 9 Dokumentasi Angket.....	111