



PENGARUH TREN FASHION, GAYA HIDUP, LITERASI SYARIAH, TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI UNISNU JEPARA

Ayuk Nurul Khafidhoh

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara

Email: 211130001760@unisnu.ac.id

Edi Susilo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara

Email: edisusilo@unisnu.ac.id

Abstract

This study aims to identify the influence of sharia literacy, lifestyle, and fashion trends on the consumer behavior of UNISNU Jepara students. This study uses a quantitative method by collecting data using a questionnaire. This study involved active students from various study programs at UNISNU Jepara. Hypothesis testing, t-test, coefficient of determination, and multiple linear regression analysis were applied. The results of the study indicate that fashion trends and lifestyle have a significant impact both simultaneously and separately on the consumer behavior of UNISNU Jepara students. Lifestyle has a more significant influence than sharia literacy on student consumption behavior.

Keywords: Fashion trends, lifestyle, sharia literacy, consumer behavior.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh literasi syariah, gaya hidup, dan tren fashion terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UNISNU Jepara. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner. Studi ini melibatkan mahasiswa aktif dari berbagai program studi di UNISNU Jepara. Pengujian hipotesis, uji t, koefisien determinasi, dan analisis regresi linier ganda diterapkan. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa tren fashion dan gaya hidup memberikan dampak yang signifikan baik secara bersamaan maupun terpisah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UNISNU Jepara. Gaya hidup memiliki pengaruh yang lebih signifikan dibandingkan literasi syariah terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Kata Kunci: Tren fashion, gaya hidup, literasi syariah, perilaku konsumtif.

A. Pendahuluan

Tekanan untuk tampil sempurna dan mengikuti tren terbaru bisa jadi berasal dari lingkungan sosial yang kuat. Banyak mahasiswa yang merasa tertekan untuk membeli barang-barang fashion baru agar bisa diterima dalam kelompok sosial mereka. Keterlibatan dalam kelompok sosial dan interaksi dengan teman-teman

sering kali menjadi pendorong utama untuk melakukan pembelian impulsif. Selain itu, adanya promosi dan diskon yang agresif di media sosial dapat membuat mereka merasa seolah-olah harus segera membeli barang tersebut sebelum kehabisan. Fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan pribadi, tetapi juga oleh faktor eksternal yang menuntut mereka untuk memenuhi ekspektasi sosial (Sofyan, 2023).

Pengaruh teman sebaya juga berperan besar dalam perilaku konsumtif mahasiswa. Banyak dari mereka yang merasa perlu untuk beradaptasi dengan kelompok sosial tertentu, yang sering kali memengaruhi pilihan gaya hidup dan belanja mereka. Ketika satu teman membeli produk fashion terbaru, hal ini dapat memicu teman-teman lainnya untuk melakukan hal yang sama, menciptakan efek domino di antara mereka. Dalam konteks ini, penilaian sosial dan rasa keterhubungan menjadi pendorong utama yang membuat mahasiswa terus-menerus membeli barang-barang baru. Dalam dunia yang saling terhubung ini, mahasiswa sering kali merasa bahwa pilihan mereka harus sesuai dengan apa yang dianggap 'keren' oleh kelompok mereka, sehingga mengabaikan pertimbangan praktis atau finansial (Sari et al., 2023a).

Perkembangan tren fashion dan gaya hidup modern saat ini bukan hanya sekadar fenomena menarik, tetapi juga menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Dalam era digital yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, serta akses yang luas ke media sosial, cara pandang dan perilaku konsumen mengalami perubahan signifikan. Mahasiswa, sebagai representasi generasi muda, sangat terpengaruh oleh dinamika ini. Mereka tidak hanya mengonsumsi produk fashion, tetapi juga mengadopsi gaya hidup yang mencerminkan tren terkini (Hasibuan et al., 2024).

Tren fashion dan gaya hidup telah menjadi elemen penting dalam kehidupan generasi muda, termasuk di kalangan mahasiswa. Di lingkungan UNISNU Jepara, mahasiswa dari berbagai jurusan terpapar pada tren yang dinamis dan gaya hidup modern yang semakin mendominasi keseharian mereka. Hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai merek dan koleksi baru yang diluncurkan setiap musim, serta dominasi pemasaran digital yang kian masif. Dengan adanya platform media sosial

seperti Instagram, TikTok, dan lainnya, informasi tentang fashion terbaru dapat diakses dengan mudah dan cepat. Para influencer dan selebritas sering kali menjadi panutan bagi mahasiswa dalam memilih pakaian dan aksesoris yang mereka kenakan. Mereka berperan sebagai penghubung antara merek dan konsumen, sering kali menciptakan tren yang diikuti banyak orang, termasuk mahasiswa. Pengaruh ini menciptakan lingkungan di mana mahasiswa merasa harus selalu tampil modis dan mengikuti tren terkini untuk mendapatkan pengakuan dari teman-teman dan masyarakat sekitar (Andani, 2022).

Namun, di balik semua perubahan ini, banyak mahasiswa, terutama di kalangan mahasiswa UNISNU Jepara, seharusnya memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai literasi syariah dan etika dalam pengelolaan keuangan. Pendidikan yang mereka terima menekankan prinsip-prinsip pengelolaan harta yang sesuai dengan syariah, termasuk konsep kesederhanaan, kewaspadaan dalam berbelanja, dan pentingnya mempertimbangkan konsekuensi dari setiap pengeluaran. Sayangnya, meskipun mereka memiliki pemahaman tersebut, tekanan dari lingkungan, media sosial, dan norma sosial yang kuat dapat mengaburkan prinsip-prinsip syariah yang seharusnya mereka pegang (Sari et al., 2023a).

Mereka sering kali terjebak dalam dilema antara keinginan untuk mengikuti tren dan kewajiban untuk mengelola keuangan mereka secara bijaksana. Salah satu faktor penyebabnya adalah lemahnya internalisasi nilai-nilai syariah dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Meskipun nilai-nilai ini dapat diperoleh melalui berbagai sumber seperti literatur, diskusi, atau pengaruh lingkungan, media sosial, dan norma sosial yang kuat dapat mengaburkan prinsip-prinsip syariah yang seharusnya mereka pegang. Tekanan dari teman sebaya dan keinginan untuk tampil menonjol sering kali mengalahkan kesadaran mereka terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang baik (Sari et al., 2023a).

Tantangan besar muncul dalam mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam kehidupan konsumtif mahasiswa. Meskipun mahasiswa di UNISNU Jepara memiliki akses terhadap pendidikan mengenai etika syariah, implementasi nilai-nilai tersebut dalam keputusan konsumsi mereka sering terhambat oleh tekanan sosial dan keterbatasan anggaran. Sebagai contoh, meskipun mahasiswa

mengetahui bahwa membeli produk fashion yang etis dan berkelanjutan lebih sesuai dengan prinsip syariah, dorongan untuk mengikuti tren atau pengaruh teman sering kali membuat mereka memilih produk yang tidak sesuai dengan nilai-nilai tersebut. Keterbatasan dalam pengelolaan anggaran juga dapat menjadi penghalang utama dalam membuat pilihan yang lebih bijak (Sofyan, 2023).

Studi ini bertujuan untuk menambah wawasan mahasiswa UNISNU Jepara mengenai signifikansi penerapan nilai-nilai syariah dalam semua aspek kehidupan, termasuk manajemen keuangan dan perilaku konsumtif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sehubungan dengan tren fashion dan gaya hidup. Di samping itu, studi ini juga mengindikasikan bagaimana literasi syariah dapat mendukung mahasiswa dalam mengatur konsumsi mereka dengan lebih cermat. Maka dari itu, studi ini tidak hanya akan mendukung kemajuan riset dalam ekonomi Islam, tetapi juga akan berkontribusi bagi masyarakat dalam menciptakan pola konsumsi yang lebih sesuai syariah.

Perilaku konsumtif merupakan pola konsumsi yang cenderung berlebihan dan tidak didasarkan pada kebutuhan primer, melainkan lebih pada keinginan atau dorongan emosional. Perilaku ini sering kali ditandai oleh pembelian impulsif, kecenderungan mengikuti tren, serta pengeluaran yang melebihi kapasitas finansial. Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumtif menjadi fenomena yang relevan untuk diteliti karena kelompok usia ini cenderung lebih rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial, media, dan tekanan gaya hidup modern (Abdullah & Suja'i, 2022).

Teori *Conspicuous Consumption* oleh Thorstein Veblen juga relevan dalam menjelaskan fenomena ini. Dalam teori ini, perilaku konsumtif dilihat sebagai cara individu untuk menunjukkan status sosialnya melalui konsumsi barang-barang mewah atau bermerek. Fenomena ini sangat terlihat di kalangan mahasiswa yang ingin dianggap modern atau mengikuti tren tertentu, terutama di lingkungan sosial yang kompetitif (Rafidah et al., 2022b).

Beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, antara lain (Rafidah et al., 2022a):

1. Faktor Psikologis: Dorongan emosional, seperti stres, kecemasan, atau keinginan untuk merasa diterima, dapat meningkatkan perilaku konsumtif.
2. Faktor Sosial: Pengaruh teman sebaya, keluarga, atau komunitas sering kali menentukan pola konsumsi seseorang.
3. Faktor Media: Iklan dan konten media sosial yang menampilkan gaya hidup ideal sering kali menjadi pemicu utama perilaku konsumtif.
4. Faktor Ekonomi: Kemudahan akses terhadap kredit atau fasilitas pembayaran yang fleksibel sering kali mendorong individu untuk mengeluarkan uang lebih banyak daripada kapasitas mereka.

Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumtif juga dapat dipengaruhi oleh rendahnya kesadaran dalam mengelola keuangan. Mahasiswa cenderung mengalokasikan pengeluaran mereka untuk kebutuhan yang tidak esensial, seperti pakaian bermerek, gadget terbaru, atau hiburan, dibandingkan kebutuhan primer. Kondisi ini diperburuk oleh paparan media sosial yang terus-menerus menampilkan gaya hidup ideal dan tren konsumsi terbaru (Sari et al., 2023a).

Tren fashion merupakan fenomena yang menggambarkan perubahan dalam gaya berpakaian, aksesoris, atau elemen fashion yang menjadi populer di masyarakat pada waktu tertentu. Tren ini tidak hanya sekadar mencerminkan perubahan dalam desain pakaian, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti budaya, media sosial, teknologi, dan industri kreatif. Dalam konteks mahasiswa, tren fashion sering kali menjadi salah satu cara untuk mengekspresikan identitas diri, mengikuti perkembangan zaman, serta menunjukkan status sosial di lingkungan kampus (Patria & Nisa, 2024b).

Tren fashion juga erat kaitannya dengan perilaku konsumtif. Fenomena ini dipicu oleh beberapa faktor utama, seperti dorongan psikologis untuk terlihat modis, pengaruh idola atau influencer, hingga strategi pemasaran berupa promosi dan diskon. Misalnya, banyak mahasiswa yang membeli produk fashion tertentu bukan karena kebutuhan, melainkan karena dorongan emosional atau keinginan untuk mengikuti tren. Keinginan untuk tetap "up-to-date" dengan fashion terkini sering kali membuat mereka terlibat dalam pembelian impulsif (Andani, 2022).

Indikator yang digunakan dalam tren fashion meliputi: Kecenderungan untuk mengikuti mode terbaru, seberapa besar mahasiswa mengikuti dan membeli produk fashion yang sedang hits atau tren di lingkungan mereka. Keinginan untuk bergaya fashionable dan selaras dengan tren terkini, dorongan untuk membeli busana atau aksesoris yang bisa memperbaiki penampilan agar sesuai dengan moda saat ini. Keinginan untuk berpenampilan fashionable dan sesuai dengan gaya terkini, dorongan untuk membeli baju atau aksesoris yang dapat memperbaiki penampilan agar sejalan dengan tren mode saat ini. Dampak media sosial dan interaksi sosial dalam menentukan pilihan mode, bagaimana teman sejawat, komunitas, dan media sosial mendorong mahasiswa untuk berpihak pada tren mode tertentu. Frekuensi pembelian produk mode yang sedang populer, seberapa rutin mahasiswa membeli produk mode terbaru sebagai wujud konsumsi mengikuti tren. Pengorbanan untuk kebutuhan lain guna membeli produk fashion, indikator ini mengamati apakah mahasiswa mengurangi belanja untuk kebutuhan lain demi mendapatkan produk fashion yang sedang populer.

Gaya hidup merupakan pola perilaku, aktivitas, minat, dan opini seseorang yang mencerminkan nilai-nilai, kepribadian, dan status sosial yang dipegang. Dalam konteks sosial, gaya hidup tidak hanya mencerminkan kebutuhan individu, tetapi juga menjadi cara untuk menunjukkan identitas diri di lingkungan sosial tertentu. Secara lebih luas, gaya hidup memengaruhi preferensi seseorang dalam memilih produk, jasa, maupun cara mereka mengelola waktu dan sumber daya (Prasinta et al., 2023).

Indikator yang digunakan dalam variabel gaya hidup yaitu Menilai sejauh mana mahasiswa mengikuti perkembangan mode dan tren fashion terbaru sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Mengukur motivasi mahasiswa dalam merawat penampilan agar sejalan dengan norma sosial dan keberadaan di dalam komunitas. Menggambarkan seberapa rutin mahasiswa membeli barang-barang yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti fashion branded, aksesoris, atau bersantai di lokasi-lokasi populer (kafe, pusat perbelanjaan). Menilai seberapa signifikan dampak teman sebaya dan lingkungan sosial dalam membentuk pola hidup konsumtif mahasiswa.

Literasi syariah adalah kemampuan individu untuk memahami, menginterpretasikan, dan mengaplikasikan prinsip-prinsip ekonomi dan keuangan syariah dalam kehidupan sehari-hari. Literasi syariah mencakup pemahaman terhadap konsep halal-haram, pengelolaan keuangan yang sesuai syariat, dan penerapan nilai-nilai Islam dalam aktivitas konsumsi maupun transaksi keuangan. Literasi ini memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang bertanggung jawab dan sesuai dengan ajaran agama Islam (Putri & Priantilianingtiasari, 2023). Dalam konteks syariah, literasi ini berfokus pada nilai-nilai Islam yang mengedepankan keadilan, keberkahan, serta penghindaran praktik yang dilarang, seperti riba, gharar (ketidakpastian), dan israf (pemborosan) (Miranda & Nurjanah, 2024).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa literasi syariah dapat memengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Individu yang memiliki literasi syariah yang baik cenderung memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya pemenuhan kebutuhan berdasarkan nilai-nilai Islam. Mereka lebih selektif dalam memilih produk atau jasa, memastikan bahwa barang yang dikonsumsi halal dan tidak bertentangan dengan prinsip syariat. Selain itu, mereka juga cenderung memiliki pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur, dengan mempertimbangkan aspek keberkahan dalam setiap transaksi (Sari et al., 2023b).

Dalam indikator pengetahuan, pemahaman mahasiswa mengenai konsep fundamental keuangan syariah, produk, serta layanan keuangan syariah, termasuk asas-asas seperti larangan riba, gharar, dan maysir. Dalam indikator kapabilitas (Capability), keterampilan mahasiswa dalam mengatur keuangan secara syariah, termasuk kemampuan dalam memilih produk keuangan syariah yang tepat serta memahami risiko dan manfaatnya. Indikator sikap dan kepercayaan diri (Attitude and Self-Belief), pandangan positif dan kepercayaan mahasiswa mengenai penerapan produk serta layanan keuangan syariah, termasuk keyakinan terhadap institusi keuangan syariah. Indikator tingkah laku atau aktivitas (Behavior/Activity), tindakan konkret mahasiswa dalam memanfaatkan produk keuangan syariah, seperti menjadi pelanggan bank syariah, menabung, atau berinvestasi berdasarkan prinsip syariah. Indikator kesadaran dan dorongan yang

didasarkan pada agama, tingkat religiusitas yang mendorong mahasiswa untuk memilih produk keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam sebagai bagian dari gaya hidup dan pola konsumsi. Paparan terhadap tren gaya hidup modern sering kali membuat mahasiswa terjebak dalam perilaku konsumtif yang tidak sehat. Dengan memiliki literasi syariah yang baik, mahasiswa dapat mengontrol perilaku konsumsi mereka agar tetap berada dalam batas yang sesuai dengan nilai-nilai agama (Panu, 2024).

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis kuantitatif dan data utama diperoleh dari kuesioner yang disebarakan menggunakan Google Forms. Sampling stratified random diambil dari 99 mahasiswa UNISNU Jepara yang berasal dari berbagai program studi. Jumlah sampel diperoleh melalui perhitungan dengan algoritma Slovin. Uji reliabilitas dan validitas, bersama dengan multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas, dilaksanakan untuk menilai asumsi klasik dari instrumen penelitian. Uji determinasi (R^2), regresi linier ganda, pengujian hipotesis baik parsial maupun simultan (uji t dan uji F), serta analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data. Semua ini dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak statistik seperti SPSS. Tren fashion (X1), gaya hidup (X2), dan literasi syariah (X3) adalah variabel independen dalam studi ini. Di sisi lain, variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y).

C. Pembahasan

1. Hasil

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan untuk menilai kecocokan setiap unsur dalam daftar pertanyaan untuk mendefinisikan sebuah variabel dari total 99 responden. Untuk memeriksa validitas, hasil r hitung dan r tabel dicompare, dengan $df = n-2$ dan level signifikansi 5%. Jika r hitung melebihi r tabel, maka pertanyaan tersebut dianggap valid.

Untuk menentukan sejauh mana validitas instrumen dalam penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan perhitungan statistik pada 99 responden. Dari total

responden yang ada, nilai r tabel adalah $N = 99$, dengan $df = n - 2 = 97$ pada tingkat signifikansi 5%, atau 0,202. Hasil dari pengujian validitas menggunakan program SPSS 25 dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1
Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Tren Fashion (X1)	P1	0,718	0,202	Valid
	P2	0,717	0,202	Valid
	P3	0,823	0,202	Valid
	P4	0,828	0,202	Valid
	P5	0,820	0,202	Valid
	P6	0,676	0,202	Valid
	P7	0,735	0,202	Valid
	P8	0,592	0,202	Valid
	P9	0,848	0,202	Valid
Gaya Hidup (X2)	P1	0,786	0,202	Valid
	P2	0,744	0,202	Valid
	P3	0,845	0,202	Valid
	P4	0,840	0,202	Valid
	P5	0,788	0,202	Valid
	P6	0,837	0,202	Valid
	P7	0,804	0,202	Valid
	P8	0,630	0,202	Valid
	P9	0,665	0,202	Valid
Literasi Syariah (X3)	P1	0,595	0,202	Valid
	P2	0,703	0,202	Valid
	P3	0,797	0,202	Valid
	P4	0,802	0,202	Valid
	P5	0,768	0,202	Valid
	P6	0,789	0,202	Valid
	P7	0,391	0,202	Valid
	P8	0,780	0,202	Valid
	P9	0,775	0,202	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	P1	0,778	0,202	Valid
	P2	0,794	0,202	Valid
	P3	0,738	0,202	Valid
	P4	0,822	0,202	Valid
	P5	0,886	0,202	Valid
	P6	0,895	0,202	Valid
	P7	0,798	0,202	Valid
	P8	0,791	0,202	Valid
	P9	0,715	0,202	Valid

Berdasarkan hasil ujian validitas, semua item pertanyaan yang berhubungan dengan variabel Tren Fashion (X1), Gaya Hidup (X2), Literasi Syariah (X3), dan Perilaku Konsumtif (Y) dinyatakan valid. Ini disebabkan oleh nilai r hitung setiap variabel melebihi nilai r tabel (0,202). Ini menunjukkan bahwa setiap komponen dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara komprehensif.

b. Uji Reliabilitas

Dalam menilai keandalan instrumen pada penelitian ini, digunakan nilai *Cronbach's alpha*, nilai *alpha* yang lebih besar dari 0,6 menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat dipercaya atau reliabel. Untuk mengukur reliabilitas variabel, analisis statistik dilaksanakan dengan memanfaatkan program SPSS 25. Tabel 2 memperlihatkan hasil pengujian reliabilitas:

Tabel 2
Uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	r Kritis	Keterangan
Tren Fashion	0,903	0,600	Reliabel
Gaya Hidup	0,915	0,600	Reliabel
Literasi Syariah	0,811	0,600	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,929	0,600	Reliabel

Sebab nilai *Cronbach's Alpha* melebihi r kritis (0,600), pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam kajian ini dianggap **reliabel**. Sebagai hasilnya, instrumen yang dipakai dalam penelitian menunjukkan tingkat konsistensi yang tinggi dan dapat dipercaya untuk analisis selanjutnya.

c. Uji Normalitas

Untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak, dilakukan uji normalitas menggunakan **Kolmogorov-Smirnov Test**. Data residual dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2013: 160). Hasil analisis normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov terhadap residual dari persamaan regresi disajikan dalam tabel 3 berikut:

Tabel 3
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.76086291
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.049
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Uji Kolmogorov-Smirnov dilakukan pada 99 data residual dari persamaan regresi, dengan $N = 99$ untuk jumlah sampel yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Ini sesuai dengan aturan uji bahwa jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka data residual dianggap berdistribusi normal. Selain itu, nilai Test Statistic sebesar 0,065 menunjukkan perbedaan yang sangat kecil antara distribusi data residual dengan distribusi normal, memperkuat kesimpulan bahwa data ini berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam analisis regresi ini telah terpenuhi.

d. Uji Multikolinieritas

Nilai Variasi Inflasi Faktor dan Toleransi (VIF) digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat multikolinieritas. Apabila nilai VIF di bawah 10, dan nilai Toleransi sama dengan atau lebih dari 0,10, maka tidak terdapat multikolinieritas. Hasil analisis multikolinieritas disajikan dalam tabel 4 berikut:

Tabel 4
Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Tren Fashion	.285	3.509
	Gaya Hidup	.320	3.121
	Literasi Syariah	.575	1.741

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang disajikan dalam Tabel 4, terlihat bahwa tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel bebas dalam model regresi; untuk variabel Tren Fashion, nilai Tolerance tercatat 0,285, dan nilai Inflation Factor (VIF) sebesar 3,509, sementara untuk variabel Gaya Hidup, nilai Tolerance adalah 0,320, dengan VIF juga 3,509. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi ini bebas dari multikolinearitas.

e. Uji Heteroskedastisitas

Nilai signifikansi korelasi dari persamaan regresi menunjukkan adanya heteroskedastisitas jika nilainya di bawah 0,05. Sebaliknya, jika nilainya melebihi 0,05, maka persamaan regresi tersebut tidak menunjukkan heteroskedastisitas, yang juga dikenal dengan istilah homoskedastisitas.

Tabel 5
Uji Heteroskedastisitas

Varibel	Signifikansi	Nilai Unstandardized Residual
Tren Fashion	0,08	0,345
Gaya Hidup	0,12	0,763
Literasi Syariah	0,77	0,053

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan unstandardized residual, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Tren Fashion sebesar 0,08, Gaya Hidup sebesar 0,12, dan Literasi Syariah sebesar 0,77, yang semuanya lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual untuk ketiga variabel tersebut konstan, sehingga model regresi ini

memenuhi asumsi homoskedastisitas. Dengan demikian, model regresi ini dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut tanpa adanya masalah heteroskedastisitas.

f. Regresi Linier Berganda

Tujuan dari analisis ini ialah untuk mengetahui tingkat pengaruh literasi syariah dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi. Tabel di bawah ini menunjukkan hasil dari analisis regresi:

Tabel 6
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.233	2.433		-.918	.361
	Tren Fashion	.345	.089	.292	3.860	.000
	Gaya Hidup	.763	.079	.686	9.618	.000
	Literasi Syariah	-.053	.082	-.034	-.646	.520

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil analisis regresi mengindikasikan bahwa variabel Literasi Syariah, Gaya Hidup, dan Tren Fashion memiliki pengaruh yang berbeda terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa UNISNU Jepara. Persamaan regresi menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel Gaya Hidup akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebanyak 0.345 satuan. Untuk Variabel Literasi Syariah, peningkatan satu unit akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0.345 unit.

Dari ketiga variabel yang diuji, hanya Tren Fashion dan Gaya Hidup yang berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, dengan nilai signifikansi masing-masing 0.000 (kurang dari 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat mahasiswa terhadap tren fashion dan semakin konsumtif gaya hidup yang diterapkan, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya, Literasi Syariah tidak memiliki pengaruh yang signifikan, dengan nilai signifikansi 0.520 (lebih dari 0.05). Ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman syariah mahasiswa belum cukup berperan dalam mengendalikan kebiasaan konsumtif mereka. Jika dilihat dari kontribusi pengaruh masing-masing variabel, Gaya Hidup memiliki pengaruh terbesar terhadap Perilaku Konsumtif,

dengan koefisien Beta sebesar 0.686. Artinya, dibandingkan dengan Tren Fashion dan Literasi Syariah, Gaya Hidup menjadi faktor yang paling dominan dalam mendorong pola konsumtif mahasiswa. Sementara itu, Tren Fashion juga memiliki pengaruh yang cukup kuat, dengan koefisien Beta sebesar 0.292. Sebaliknya, Literasi Syariah memiliki pengaruh yang sangat kecil dan negatif, dengan Beta sebesar -0.034, yang berarti semakin tinggi Literasi Syariah, maka kecenderungan perilaku konsumtif sedikit menurun, tetapi efek ini tidak signifikan.

g. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ditampilkan sebagai R kuadrat. Persentase dibuat dari nilai di kolom R Square (R^2) pada keluaran model Ringkasan. Dapat diamati bahwa persentase variabel bebas yang memengaruhi variabel terikat dinyatakan sebagai persentase, dengan faktor di luar cakupan model ini memengaruhi jumlah sisanya.

Tabel 7
Uji R^2

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.919 ^a	.845	.840	2.804
a. Predictors: (Constant), Literasi Syariah, Gaya Hidup, Tren Fashion				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Berdasarkan hasil analisis Model Summary, nilai R Square (R^2) sebesar 0.845 menunjukkan bahwa 84.5% variabilitas Perilaku Konsumtif mahasiswa di UNISNU Jepara dapat dijelaskan oleh variabel Tren Fashion, Gaya Hidup, dan Literasi Syariah, sementara 15.5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Nilai Adjusted R Square (0.840 atau 84.0%) sedikit lebih kecil dari R^2 , yang mengindikasikan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen, model masih cukup kuat dalam menjelaskan variabel terikat. Selain itu, nilai R (0.919) menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas dan Perilaku Konsumtif. Sementara itu, nilai

Std. Error of the Estimate (2.804) menggambarkan tingkat penyimpangan prediksi model terhadap data aktual, di mana semakin kecil nilai ini, semakin baik akurasi model dalam melakukan prediksi. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini memiliki kekuatan yang sangat baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif mahasiswa.

h. Uji T

Untuk menilai seberapa besar variabel independen memiliki dampak pada variabel dependen, terapkan uji statistik-T. Ambang signifikansi 0,05 digunakan dalam uji ini, yang memiliki dua sisi. Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, H_0 diterima; jika $-t \text{ tabel} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ tabel} > t \text{ tabel}$, H_0 ditolak. Tabel di bawah ini menampilkan temuan perhitungan uji statistik-t.

Tabel 8
Uji T

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	-.918	.361
	Tren Fashion	3.860	.000
	Gaya Hidup	9.618	.000
	Literasi Syariah	-.646	.520

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang signifikan mengenai bagaimana setiap variabel berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa UNISNU Jepara. Nilai t untuk konstanta adalah -0.918, sedangkan nilai signifikansinya (Sig.) mencapai 0.361, yang lebih tinggi dari 0.05. Ini mengindikasikan bahwa konstanta dalam model ini tidak mempunyai dampak yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan begitu, konstanta tidak berpengaruh besar terhadap Perilaku Konsumtif saat semua variabel independen berada pada nilai nol.

Untuk variabel Tren Fashion, hasil uji t menunjukkan nilai $t = 3.860$ dengan nilai signifikansi 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Ini berarti bahwa Tren Fashion memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, di mana

semakin tinggi minat mahasiswa terhadap tren fashion, semakin tinggi pula perilaku konsumtif mereka. Dampak Tren Fashion terhadap Perilaku Konsumtif sangat besar. Hal ini juga berlaku untuk Gaya Hidup, yang menunjukkan nilai $t = 9.618$ dan nilai signifikansi 0.000 , keduanya lebih kecil dari 0.05 , yang menunjukkan bahwa Gaya Hidup memiliki dampak yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki gaya hidup lebih konsumtif cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih besar. Namun, literatur Syariah menunjukkan nilai $t = -0,646$ dan nilai signifikansi $0,520$, yang lebih tinggi dari $0,05$, yang menunjukkan bahwa literatur Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Akan tetapi, secara teori, tingkat literasi yang lebih tinggi kemungkinan dapat mengurangi perilaku konsumtif. Secara keseluruhan, hasil dari uji t menunjukkan bahwa gaya hidup dan tren fashion memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi, sementara Literasi Syariah tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

i. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk mengevaluasi apakah semua variabel independen yang terdapat dalam model secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Berikut ini adalah hasil dari Uji F yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 9

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4076.665	3	1358.888	172.819	.000 ^b
	Residual	746.992	95	7.863		
	Total	4823.657	98			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Literasi Syariah, Gaya Hidup, Tren Fashion						

Hasil uji F dalam analisis regresi menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa di UNISNU Jepara. Dengan nilai $F = 172.819$ dan nilai signifikansi

0.000, yang lebih kecil dari 0.05, dapat disimpulkan bahwa setidaknya ada satu variabel independen (Tren Fashion, Gaya Hidup, atau Literasi Syariah) yang berkontribusi signifikan dalam menjelaskan variasi dalam Perilaku Konsumtif. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini secara keseluruhan berpengaruh signifikan, dan ketiga variabel independen tersebut bersama-sama dapat menjelaskan sebagian besar variasi dalam Perilaku Konsumtif mahasiswa.

2. Analisis

a. Pengaruh Tren Fashion terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil t nilai 3.860 dan signifikansi $0.000 < 0.05$, hasil uji t mengindikasikan bahwa tren fashion berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Teori Perilaku Terencana (Ajzen, 1991) menjelaskan fenomena ini dengan menyatakan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh terhadap tindakan individu. Dalam hal tren fashion, mahasiswa seringkali terpengaruh oleh norma sosial, seperti teman-teman sebaya dan media sosial, yang mendorong mereka untuk mengikuti perkembangan fashion terkini. Mahasiswa sering kali membeli barang fashion bukan karena kebutuhan, tetapi sebagai cara untuk menunjukkan eksistensi dan mendapatkan pengakuan sosial di lingkungan kampus dan media sosial (Patria & Nisa, 2024a). Dengan meningkatnya eksposur terhadap tren global melalui platform digital, mahasiswa merasa terdorong untuk mengikuti tren fashion sebagai bagian dari gaya hidup mereka.

b. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Dengan nilai t 9.618 dan tingkat signifikansi 0.000, gaya hidup mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mereka. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif cenderung membeli produk-produk yang dapat memperkuat identitas mereka dalam kelompok sosial tertentu, seperti barang bermerek dan aktivitas gaya hidup yang mewah. Di kalangan mahasiswa, pengaruh media sosial dan lingkungan pertemanan yang sering memamerkan gaya hidup modern dan mewah mendorong mereka untuk mengikuti pola konsumsi yang berlebihan (Sudiro & Asandimitra, 2022).

c. Pengaruh Literasi Syariah terhadap Perilaku Konsumtif

Namun, berbeda dengan tren fashion dan gaya hidup, Literasi Syariah tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai t -0.646 dan signifikansi $0.520 > 0.05$. Secara teori, literasi syariah seharusnya dapat mengurangi perilaku konsumtif berlebihan dengan mengedepankan prinsip moderasi dalam konsumsi (Rafidah et al., 2022a). Mahasiswa yang memiliki literasi syariah yang baik diharapkan dapat memilih produk yang sesuai dengan prinsip halal dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, seperti pembelian barang-barang yang tidak bermanfaat atau haram. Namun, dalam praktiknya, mahasiswa sering terpapar oleh tekanan gaya hidup modern dan pengaruh tren yang lebih kuat, yang mengarah pada konsumsi impulsif dan pengeluaran yang tidak sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, meskipun literasi syariah diharapkan dapat mengendalikan perilaku konsumtif, pengaruhnya tampaknya lebih lemah dibandingkan dengan pengaruh tren fashion dan gaya hidup yang lebih dominan dalam kehidupan mahasiswa saat ini.

d. Model Regresi secara Keseluruhan

Hasil uji F menunjukkan bahwa secara keseluruhan, model regresi yang melibatkan Tren Fashion, Gaya Hidup, dan Literasi Syariah berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, dengan nilai F sebesar 172.819 dan signifikansi 0.000. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut bersama-sama dapat menjelaskan sebagian besar variasi dalam perilaku konsumtif mahasiswa. Meskipun Literasi Syariah tidak berpengaruh signifikan secara individu, kontribusi Tren Fashion dan Gaya Hidup sangat kuat dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa. Literasi Syariah meskipun penting, tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mereka. Pemahaman terhadap pengaruh kedua faktor ini penting dalam merancang intervensi untuk membantu mahasiswa mengelola pengeluaran mereka dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

D. Penutup

Tren fashion dan gaya hidup memegang peranan besar dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa di UNISNU Jepara. Mahasiswa cenderung mengikuti tren fashion untuk mengekspresikan identitas diri dan status sosial, serta untuk diterima dalam kelompok sosial mereka. Keinginan untuk terlihat modern dan sesuai dengan gaya hidup yang sedang tren membuat mereka lebih mudah terlibat dalam pembelian impulsif, meskipun barang yang dibeli tidak selalu menjadi kebutuhan utama. Hal ini diperburuk oleh pengaruh media sosial yang terus memamerkan gaya hidup ideal, yang semakin mendorong mahasiswa untuk meniru tren tersebut.

Di sisi lain, literasi syariah meskipun memberikan pengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan dan konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, tidak cukup kuat untuk menanggulangi tekanan dari tren dan gaya hidup. Meskipun begitu, literasi syariah tetap memiliki peran penting sebagai penyeimbang dalam mengelola keuangan mahasiswa dengan lebih bijak. Secara keseluruhan, faktor tren fashion dan gaya hidup lebih dominan dalam perilaku konsumtif mahasiswa, sementara literasi syariah dapat menjadi sarana untuk mendorong perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan sesuai dengan nilai-nilai agama.

E. Daftar Pustaka

- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72–84. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>
- Andani, R. S. (2022). *Pengaruh Literasi Ekonomi, Hedonic Consumption Tendency dan Trend Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI Semester VIII IAIN Kudus Tahun Akademik 2021/2022*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Hasibuan, I. K., Harahap, I., & Nasution, J. (2024). Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Menurut Etika Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UINSU). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 4(1), 545–559.
- Miranda, & Nurjanah. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Investasi Islam*, 9(1), 36–52.

- Panu, Y. R. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Prilaku Konsumtif dan Pentingnya Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Asrama Asmadewa Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4436–4452. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.941>
- Patria, N., & Nisa, P. H. (2024a). Pengaruh Trend Fashion dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1277–1280.
- Patria, N., & Nisa, P. H. (2024b). Pengaruh Trend Fashion dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1277. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1739>
- Prasinta, F. I., Wiyono, G., & Maulida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3028–3038. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2703>
- Putri, A. L., & Priantilianingtiasari, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater dan Life Style terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1245–1261. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3740>
- Rafidah, Alawiyah, R., & Muliyan. (2022a). Jurnal Economina Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *JURNAL ECONOMINA*, 1, 45–55.
- Rafidah, Alawiyah, R., & Muliyan. (2022b). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *JURNAL ECONOMINA*, 1(1), 49–62.
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Sayhrizal, A. (2023a). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 137–151.
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Sayhrizal, A. (2023b). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 45–59.
- Sofyan, I. Z. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif*. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM.
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160–172.