

ABSTRAK

Muhammad Ruri Hizbullah (1199220054): *Pengaruh Hedonisme, Literasi Keuangan dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung)*

Demi kemaslahatan umum, Islam mengajarkan umatnya bagaimana cara berkonsumsi dengan baik, sesuai dengan kebutuhan dan manfaat dari barang yang dikonsumsi bukan hanya dari keinginannya semata. Namun dewasa ini gaya hidup manusia terus meningkat tak terkecuali mahasiswa UIN Bandung, para mahasiswa selalu ingin memiliki segala macam hal baik jasa atau produk, hanya karena ingin terlihat mewah, hingga yang mereka inginkan bukan lagi yang mereka butuhkan, kebiasaan tersebut mengarahkan mereka untuk berperilaku konsumtif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh variabel hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Bandung, besar pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Bandung, besar pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Bandung serta besar pengaruh hedonisme, literasi keuangan dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Bandung.

Hedonisme adalah pandangan yang menganggap bahwa kesenangan merupakan tujuan paling utama dalam hidup seseorang. Literasi keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangannya. Religiusitas adalah tingkat kepatuhan seseorang untuk beribadah kepada agama yang dianutnya. Perilaku konsumtif merupakan kebiasaan seseorang untuk membeli barang atau jasa secara berlebih-lebihan tanpa menimbang manfaatnya, sedangkan dalam Islam sangat diharuskan untuk mendahulukan kebutuhan *dharuriyat* (primer), *hajiyyat* (sekunder) dan *tahsiniyat* (tersier).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan UIN Bandung. Peneliti mengambil 200 sampel responden menggunakan teori Roscoe. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara *online* dan studi pustaka. Analisis statistik yang digunakan meliputi uji deskriptif data, uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, uji normalitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Dalam penelitian ini hedonisme (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar $7.735 > 1,652$ artinya hedonisme (X1) berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif (Y). Untuk literasi keuangan nilai t_{hitung} sebesar $0,985 < 1,652$ artinya literasi keuangan (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif (Y). Untuk religiusitas nilai t_{hitung} sebesar $2,186 > 1,652$ yang mana nilainya positif artinya religiusitas (X3) secara parsial tidak menurunkan tingkat perilaku konsumtif (Y). Pada uji simultan F_{hitung} memiliki nilai $24,428 > 3,04$ artinya hedonisme (X1), literasi keuangan (X2) dan religiusitas (X3) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif (Y).

Kata Kunci : Hedonisme, Literasi Keuangan, Religiusitas, Perilaku Konsumtif