

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dan teknologi sangat berkaitan dengan gaya hidup manusia. Semakin canggih perkembangan teknologi, maka semakin berkembang pula tingkat penerapan gaya hidup manusia dalam kehidupan sehari-hari (Trimartati, 2014). Gaya hidup merupakan gejala sosial yang dapat mempengaruhi manusia untuk bertingkah laku sesuai dengan yang ada pada masyarakat. Gaya hidup merupakan bentuk dari saling berinteraksinya sesama manusia sehingga memunculkan suatu pola dalam kehidupan (Garlans, 2009:69). Perilaku konsumtif telah melanda semua kalangan masyarakat, salah satunya ialah kaum pemuda. (Triyaningsih, 2011) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli dan menggunakan barang dengan tidak mempertimbangkan secara rasional dan cenderung mengonsumsi sesuatu tanpa batas, dimana individu sebagai konsumen lebih banyak mendahulukan faktor keinginan dibandingkan kebutuhan.

Seseorang lebih menyukai hal-hal baru dan menantang bagi dirinya, hal tersebut dikarenakan pemuda selalu berupaya untuk menemukan identitas dan mencapai kemandiriannya (Santrock, 2012). Beberapa perubahan yang mungkin dialami oleh pemuda seperti sikap, fisik, emosi dan salah satunya adalah perubahan perilaku yang cenderung konsumtif (Sukari, et al, 2013).

Dalam Islam, telah diberikan petunjuk kepada umatnya untuk menjalani kegiatan sehari-hari. Islam menyuruh umatnya untuk berperilaku secara syariah begitupun dalam hal ekonomi. Dalam Islam umatnya telah diajarkan bagaimana

caranya berkonsumsi dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan dan manfaat dari barang yang dikonsumsi bukan hanya dari keinginannya semata.

Ibnu Abbas berkata, “Makanlah apa yang kamu inginkan dan pakailah apa yang kamu inginkan selama kamu tidak jatuh dalam dua kesalahan: berlebihan dan sombong”. Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang berlebihan dalam hal apa saja, karena pada akhirnya akan cenderung boros. Allah tidak akan melimpahkan rahmat dan ganjaran bagi orang yang berlebihan. Sederhana atau berlaku tengah-tengah adalah prinsip dari setiap perbuatan baik (Kusuma Lidya, 2023). Hal tersebut bertujuan untuk mencapai maslahat sehingga dapat dikatakan maslahat apabila terdapat pencapaian kepuasan tersendiri dan dapat dirasakan oleh masyarakat (Mardani, 2011).

Menurut laporan terbaru dari firma riset We Are Social, sebanyak 178,9 juta masyarakat Indonesia berbelanja sepanjang 2022 hingga awal 2023. Angka itu naik 12,8% secara tahun ke tahun. Adapun estimasi nilai belanja *online* warga RI sepanjang tahun lalu sebesar US\$55,97 miliar atau Rp 851 triliun.

Tabel 1.1 Total Belanja Masyarakat Indonesia Tahun 2022-2023

Jenis Kebutuhan	Jumlah dalam Triliun
Barang Elektronik	Rp202.1 t
Mainan/Hobi	Rp157.9 t
Fesyen	Rp132.1 t
Furnitur	Rp128.1 t
Kebutuhan Rumah Tangga	Rp99.6 t
Makanan	Rp81.6 t
Media Fisik	Rp29 t
Minuman	Rp15.5 t

Sumber: CNBC Indonesia (2023)

Dari nilai total tersebut, warga RI paling banyak menghabiskan uang untuk belanja barang elektronik, yakni US\$13,37 miliar dalam setahun. Angka itu turun

7,4% secara YoY. Kemudian, secara berurutan belanja *online* paling besar di kategori mainan/hobi (US\$10,45 miliar), fesyen (US\$8,74 miliar), furnitur (US\$8,48 miliar), kebutuhan rumah tangga (US\$6,59 miliar), makanan (US\$5,40 miliar), media fisik (US\$1,92 miliar), serta minuman (US\$1,03 miliar).

Peningkatan belanja tertinggi ada di sektor makanan yaitu 16,6%. Pemesanan makanan *online* melalui fitur semacam GoFood dan GrabFood, serta layanan *groceries* seperti AlfaCart dan KlikIndomaret juga kuat bertumbuh. Kategori lain yang juga bertumbuh adalah mainan/hobi yang nilai transaksinya meningkat 8,7%, minuman meningkat 7,3%, peralatan rumah tangga meningkat 6%, dan media fisik seperti kaset/CD/vinyl meningkat 2,8% (CNBC Indonesia, 2023).

Meningkatnya konsumtifitas pemuda ditandai dengan naiknya jumlah pembelian pada *ecommerce* hal ini didukung juga dengan maraknya *online shop* yang menjamur, kaum generasi muda tentunya sangat suka menggunakan sistem belanja yang praktis dan efektif serta efisien yang disajikan perusahaan-perusahaan *e-commerce*. Berbelanja di *e-commerce* merupakan hal yang sangat diminati oleh mahasiswa saat ini. *E-commerce* memudahkan mahasiswa dalam menemukan barang yang disukai dengan hanya menggunakan *smartphone* saja. Mahasiswa juga tidak perlu repot untuk menjemput barang dan hanya tinggal menunggu di rumah sementara barang dikirim ke alamat tujuan pembeli.

Namun di balik kemudahan itu muncul perilaku konsumtif. Tak jarang dari mahasiswa yang tadinya hanya iseng melihat produk namun kemudian tergour untuk membelinya karena adanya diskon (potongan harga), *cashback*, dan gratis ongkos kirim. Tak jarang barang-barang yang dibeli bukan merupakan barang-

barang yang benar-benar dibutuhkan. Sering kali barang-barang yang dibeli hanya menjadi pelampiasan perilaku konsumtif di dalam belanja *online* tersebut.

Perilaku konsumtif didorong karena adanya program dan promo-promo menarik yang diberikan oleh *e-commerce*. Bahkan beberapa toko juga menyediakan potongan harga yang sangat besar ketika membeli dua jenis produk dalam toko *online* yang sama. Toko *online* juga mengadakan *flash sale*, yaitu penjualan produk dengan harga khusus dan hanya dalam beberapa jam bahkan menit saja. Tak jarang mahasiswa merasa tergiur dengan *flash sale* tersebut dan melakukan *checkout* pada keranjang belanja mereka. Terkadang motivasi belanja barang-barang tersebut hanya karena ingin mengikuti *trend* yang berkembang atau sekadar ikut-ikutan temannya. Perilaku ini juga didasari oleh gengsi ataupun sifat dari anak muda yang tidak ingin ketinggalan *trend* terbaru.

Perilaku dan budaya belanja inilah yang membentuk mahasiswa menjadi konsumtif dan boros. Mahasiswa membentuk gaya hidup dengan kebutuhan hidup yang palsu, yang merupakan gaya hidup yang cenderung membeli barang namun tidak benar-benar membutuhkan barang tersebut, dan bahkan tidak tahu barang tersebut akan mereka gunakan bagaimana (Gunawan, 2022).

Demi diakui eksistensinya banyak mahasiswa menggunakan berbagai cara untuk menjadi bagian dari suatu lingkungan. Pola konsumsi setiap mahasiswa memiliki perbedaan berdasarkan keadaan dari kebutuhan dan keinginannya. Hal tersebut terkait dengan lingkungan kampus yang memiliki keragaman sosial dan budaya. Hal ini mengharuskan mahasiswa untuk beradaptasi dan menyesuaikan

diri dengan lingkungannya. Keinginan tersebutlah yang mendasari tingginya tingkat belanja mahasiswa.

Menurut (Lestari, 2023) data konsumsi terbesar mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung ada pada kegiatan berbelanja berupa fesyen, produk dan keinginan lainnya sebesar 34%. Kemudian, kegiatan bermain bersama teman dan keluarga seperti nongkrong dan bersenang-senang menghabiskan waktu luang sebesar 32%. Sisanya terbagi pada kebutuhan sehari-hari yang di dalamnya termasuk makan dan minum sebesar 20%, serta belanja produk harian dan kebutuhan lainnya seperti membeli keperluan kuliah sebesar 14%.

Tingkat konsumtifitas mahasiswa yang berlebihan, diluar batas kewajaran dan membeli barang hanya untuk memenuhi hasrat semata tergolong kepada perilaku *israf*. Perilaku *israf* adalah perilaku untuk hidup boros yang dilakukan hanya untuk memenuhi keinginannya semata (Muflih, 2006). Umat Islam diperintahkan untuk hidup dengan sederhana tanpa berlebih-lebihan dalam membeli suatu produk yang hanya dilakukan bagi kepentingan dirinya sendiri untuk terpenuhi keinginan serta mendapatkan kepuasan saja.

Pola konsumsi mahasiswa yang tinggi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti budaya, sosial, psikologi, pengetahuan, pengalaman dan kepribadian. Gaya hidup satu masyarakat tidak akan sama dengan masyarakat lainnya. Bahkan seiring terjadinya perubahan zaman gaya hidup satu individu atau kelompok terus bergerak dan mengalami perubahan secara dinamis (Blackwell & Engel, 1994).

Budaya hedonisme sangat mengedepankan kesenangan yang menimbulkan anggapan bahwa gaya hidup hedonisme hanya mengarah pada sesuatu yang

bersifat berlebih-lebihan atau boros (Saputri & Rachmatan, 2016). Menurut Supelli (2003:30) hedonisme merupakan tingkah laku yang senang dengan kenikmatan dan kesenangan pribadi, kemewahan, kemampuan diatas segalanya. Hedonisme mengakibatkan kecenderungan munculnya tingkah laku terhadap seseorang melalui interaksi sosial antara seseorang dengan orang lain untuk mendapatkan kesenangan dan kebebasan sehingga mencapai kenikmatan hidup. Budaya hedonisme ini tidak hanya mengakibatkan rusaknya generasi penerus bangsa namun juga dapat menimbulkan dampak negatif terhadap perkembangan dunia pendidikan serta bagi kehidupan bangsa Indonesia (Trimartati, 2014).

Berdasarkan penelitian oleh (Pulungan, D. R., & Febriaty, H., 2018) hasil dari pengujian hipotesis penelitian yang dilakukan bahwasanya gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin mewah dan hedonisme gaya hidup mahasiswa maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya jika menurunnya sikap mewah dan hedonisnya gaya hidup mahasiswa maka akan menurunkan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis jurusan manajemen universitas muhammadiyah Sumatera Utara.

Hal ini sesuai dengan pendapat (Kotler, 2002) dalam sebuah penelitian gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya (Susanto, 2013). Ini berarti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal di sekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Peneliti merasa perlu menggunakan hedonisme sebagai variabel bebas didasari atas pengamatan yang peneliti lakukan, kampus yang seharusnya merupakan tempat mahasiswa menimba ilmu pengetahuan dan bertukar pikiran sesama mahasiswa justru menjadikan kampus sebagai ajang pamer penampilan dan *lifestyle* mereka yang terkesan hedonis. Mahasiswa lain yang berada dalam tingkat ekonomi menengah juga mengikuti gaya hidup yang konsumtif akibat tuntutan pergaulan. Sehingga sebagian mahasiswa kini hanya mementingkan penampilan, gengsi dan mengikuti lingkungan sekitar. Terkait dengan gaya hidup mahasiswa sebagai pelaku ekonomi hal yang tepat adalah mengutamakan kebutuhan yang prioritas bukan pada eksistensi di lingkungan perkuliahan.

Mahasiswa yang ekonominya mapan, cenderung mudah terpengaruh dengan gaya hidup yang konsumtif. Peneliti melihat banyak mahasiswa di UIN Sunan Gunung Djati Bandung masih menunjukkan gaya hidup yang jauh dari syariah. Gaya hidupnya terkadang tidak sesuai dengan syariat Islam. Ini ditandai dengan banyaknya mahasiswa khususnya mahasiswi perempuan menggunakan baju dan celana panjang ketat dan tidak menutupi. Atas latar belakang tersebut peneliti merasa perlu untuk mengetahui pengaruh hedonisme mahasiswa terhadap perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Kelompok usia remaja merupakan salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Biasanya remaja mudah tertarik dengan iklan, suka ikut-ikutan dengan teman, tidak realistis, dan lebih sering boros dalam penggunaan uang. Sifat inilah yang dimanfaatkan produsen untuk memasuki pasar remaja (Tambunan, 2001),

mengingat pengetahuan dan pengalaman remaja akhir seperti mahasiswa terkait literasi keuangan dan pengelolaannya masih rendah (Pulungan & Febriaty, 2018).

Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan (OJK, 2016). Literasi keuangan syariah menurut Hambali (2018) merupakan wawasan yang dimiliki individu mengenai produk dan jasa keuangan syariah, serta dapat membedakannya dengan sistem bank konvensional. Sedangkan Rahim (2018) mengemukakan bahwa literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam menggunakan pengetahuan untuk mengelola sumber daya finansial yang sesuai dengan syariat Islam. (Nanda et al., 2019). Menurut (Nasution, 2019), literasi keuangan syariah mencerminkan wawasan, pengetahuan dan kemampuan individu secara kognitif untuk membuat keputusan, mengenali dan menerapkan konsep yang relevan dengan keuangan dan finansial.

Berdasarkan penelitian oleh (Pulungan, D. R., & Febriaty, H., 2018) hasil dari pengujian hipotesis penelitian yang dilakukan bahwasanya literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan manajemen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi kemampuan mahasiswa jurusan manajemen dalam hal literasi ekonomi maka dapat menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis dalam kegiatan konsumsi. Dan sebaliknya jika literasi ekonomi mahasiswa Jurusan

ekonomi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis rendah maka tingkat perilaku konsumtif mahasiswa juga akan meningkat.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang mengkaji literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Kanserina, 2015). Hasil penelitiannya adalah bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dikarenakan mahasiswa tersebut sudah memahami ilmu literasi keuangan maka mereka akan berpikir secara rasional untuk berperilaku konsumtif (Pulungan & Febriaty, 2018).

Peneliti merasa perlu menggunakan literasi keuangan sebagai variabel bebas didasari atas pengamatan yang peneliti lakukan pada beberapa Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, peneliti melihat maraknya mahasiswa yang dengan suka rela menggunakan uangnya untuk bermain judi *online* dengan harapan bisa mendapat keuntungan berlipat hanya dalam waktu sesaat, padahal jika ingin mendapat pemasukan tanpa harus mengaggu jadwal perkuliahan para mahasiswa bisa menginvestasikan kelebihan uangnya di pasar modal berbasis syariah, hal ini bisa saja terjadi mengingat tidak banyak fakultas yang membekali mahasiswanya dengan ilmu-ilmu yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan seperti Manajemen Keuangan, Kewirausahaan, Manajemen Investasi, Manajemen Lembaga Keuangan dan Pasar Modal. Atas latar belakang tersebut peneliti merasa perlu untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan mahasiswa terhadap perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiwa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Dalam Islam, religiusitas dijadikan sebagai salah satu dasar dalam tumbuh kembang kepribadian seseorang. Religiusitas merupakan simbol sistem perilaku,

nilai dan keyakinan yang menempatkan berbagai persoalan duniawi secara keseluruhan yang maknanya disimpulkan dalam keyakinan hakiki. Pada dasarnya secara harfiah seseorang akan selalu berusaha untuk melakukan kebaikan, hal itu dilakukan tidak hanya kepada dirinya sendiri namun juga pada orang lain (Saputri & Rachmatan, 2016). Apabila seorang muslim menjalankan religiusitas agamanya dengan baik, pastinya individu tersebut akan menghindari perilaku *israf*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rosamitha, 2020) praktik religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang. Rata-rata responden memiliki usia remaja akhir. Yang mana pada usia remaja akhir menuju dewasa mereka mulai mencari identitas diri, dan mudah terpengaruh baik positif maupun negatif. Sehingga terbentuk perilaku konsumsi yang berkembang menjadi perilaku konsumtif. Maka diperlukan adanya religiusitas dan praktiknya sebagai filter.

Peneliti merasa perlu menggunakan religiusitas sebagai variabel bebas didasari atas pengamatan yang peneliti lakukan pada beberapa Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, para mahasiswa dibekali dengan ilmu-ilmu agama pada semester awal sebagai mata kuliah dasar yang harus dikuasai sebelum mahasiswa diajarkan ilmu-ilmu yang sesuai dengan jurusan mereka masing-masing, hal ini bertujuan agar ilmu-ilmu tersebut dapat dipandu dengan pengetahuan agama yang sesuai syariah. Hal ini sesuai dengan motto UIN Sunan Gunung Djati Bandung yaitu “Wahyu Memandu Ilmu”. Untuk itu peneliti merasa perlu untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan mahasiswa terhadap perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Kebutuhan akan penelitian ini diperkuat dengan adanya fenomena mahasiswa yang rela mengurangi porsi makannya bahkan sampai berbohong pada orang tua dengan meminta uang lebih dan mengatakan bahwa uang tersebut akan digunakan untuk keperluan kampus hanya agar mereka dapat diterima oleh lingkungannya dan untuk kesenangan serta kepuasan bagi dirinya sendiri. Termasuk mahasiswa yang sedang menuntut ilmu di UIN Sunan Gunung Djati Bandung, meskipun mereka berada dalam lingkungan yang sangat islami dan mempelajari cara beretika dalam Islam bukan tidak mungkin mereka dapat berperilaku secara konsumtif yang cenderung berlebihan untuk memenuhi keinginan mereka.

Dari fenomena tersebut menunjukkan masih banyak mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang kurang bijak dalam membelanjakan uang sakunya. Namun fenomena tersebut belum bisa dipastikan secara langsung bahwa mahasiswa kurang peduli terhadap kebiasaan konsumtif membeli sebuah produk ataupun jasa. Sampai saat ini jumlah keseluruhan mahasiswa yang ada di UIN Sunan Gunung Djati Bandung berjumlah 27.368 mahasiswa aktif (2019-2022). Berikut ini tabel jumlah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung:

Tabel 1.2 Ringkasan Jumlah Mahasiswa UIN Bandung

Fakultas/Jurusan	Jumlah Mahasiswa
Fakultas Adab dan Humaniora	
Sejarah Peradaban Islam	953
Bahasa dan Sastra Arab	770
Sastra Inggris	810
Fakultas Dakwah dan Komunikasi	
Komunikasi dan Penyiaran Islam	915
Bimbingan Konseling Islam	610
Ilmu Komunikasi Jurnalistik	401
Manajemen Dakwah	730
Manajemen Haji dan Umroh	362
Pengembangan Masyarakat Islam	990

Fakultas Psikologi	
Psikologi	933
Fakultas Sains dan Teknologi	
Agroteknologi	613
Matematika	557
Biologi	346
Kimia	545
Fisika	672
Teknik Elektro	117
Teknik Informatika	688
Fakultas Syariah dan Hukum	
Hukum Keluarga	726
Hukum Ekonomi Syariah	953
Hukum Tata Negara	880
Perbandingan Madzhab	643
Hukum Pidana Islam	724
Ilmu Hukum	681
Fakultas Ushuluddin	
Aqidah dan Filsafat Islam	552
Studi Agama agama	428
Ilmu Al Qur'an dan Tafsir	703
Tasawuf dan Psikoterapi	581
Ilmu Hadist	658
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	
Manajemen Pendidikan Islam	795
Pendidikan Agama Islam	910
Pendidikan Bahasa Arab	606
Pendidikan Bahasa Inggris	411
Pendidikan Matematika	536
Pendidikan Biologi	435
Pendidikan Fisika	362
Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	531
Pendidikan Islam Anak Usia Dini	480
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
Admisitrasi Publik	495
Sosiologi	622
Ilmu Politik	823
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	
Akuntansi Syariah	613
Ekonomi Syariah	677
Manajemen	714
Manajemen Keuangan Syariah	503
Total Keseluruhan Mahasiswa	27.368

Sumber : PDDikti - Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (kemdikbud.go.id), diakses pada 17 Juli 2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku hedonisme, literasi keuangan, dan tingkat religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Hedonisme, Literasi Keuangan, dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Islam”**

B. Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah berdasarkan latar belakang diatas:

1. Seberapa besar pengaruh hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam perspektif ekonomi Islam?
2. Seberapa besar pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam perspektif ekonomi Islam?
3. Seberapa besar pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam perspektif ekonomi Islam?
4. Seberapa besar pengaruh hedonisme, literasi keuangan, dan religiusitas secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam perspektif ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berikut tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas:

1. Mengetahui besar pengaruh hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam perspektif ekonomi Islam.

2. Mengetahui besar pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam perspektif ekonomi Islam.
3. Mengetahui besar pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam perspektif ekonomi Islam.
4. Mengetahui besar pengaruh hedonisme, literasi keuangan, dan religiusitas secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam perspektif ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Akademis (Teoritis)

Penelitian ini dapat memberikan sumbangsi terhadap pengembangan dan pemahaman dalam proses studi mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah dan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi teori dalam pelaksanaan penelitian-penelitian berikutnya.

2. Kegunaan Praktis (Operasional)

Penelitian ini dapat memberikan masukan informasi mengenai hedonisme, literasi keuangan, dan religiusitas kepada pemuda khususnya mahasiswa berkaitan dengan perilaku konsumtif dan diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi.