

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENGEMBANGAN
MASYARAKAT ISLAM UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu**

Disusun Oleh:

**INDI RAMADHANI
NIM 18102030072**

Pembimbing:

MUHAMAD RASHIF HILMI, S.Si., M.Sc.

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

ABSTRAK

Saat ini perputaran globalisasi semakin maju dan berkembang, salah satunya di bidang teknologi. Masyarakat semakin mengenal dan mengikuti perkembangan zaman, mengenal berbagai macam aplikasi dan platform sosial media. Salah satunya yaitu aplikasi belanja online Shopee yang dikenal sebagai aplikasi belanja online terbesar di Asia saat ini. Banyak orang beralih pada aplikasi belanja online karena dihitung lebih praktis.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Teori yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisa penelitian ini adalah teori masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Adapun metode yang digunakan peneliti yaitu kuantitatif survei. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner disebarikan oleh peneliti melalui pesan *whatsApp* dalam bentuk *google form* metode analisis yang digunakan adalah uji regresi linear dengan perhitungan *spss*.

Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan hasil bahwa, hasil pengujian hipotesis menunjukkan penggunaan aplikasi Shopee memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,457 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan aplikasi Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kata Kunci: Konsumtif, dan Shopee

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Currently, the cycle of globalization is increasingly advanced and developing, one of which is in the field of technology. People are increasingly getting to know and keep up with the times, getting to know various kinds of applications and social media platforms. One of them is the online shopping application Shopee which is known as the largest online shopping application in Asia currently. Many people switch to online shopping applications because they are considered more practical.

The aim of this research is to determine the effect of using the Shopee application on consumer behavior among Islamic Community Development students at UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. The theory used by researchers in analyzing this research is the consumption society theory put forward by Jean Baudrillard. The method used by researchers is quantitative survey. Data was collected using questionnaires and documentation. The questionnaire was distributed by researchers via WhatsApp messages in the form of a Google form. The analysis method used was a linear regression test with SPSS calculations.

Based on the research results, the results of hypothesis testing showed that the use of the Shopee application had a regression coefficient of 0.457 with a significant value of $0.000 < 0.05$. This means that H_0 is rejected so that the hypothesis in this research is accepted. It can be concluded that the variable using the Shopee application has a positive and significant effect on the consumer behavior of Islamic Community Development students at UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Keywords: Consumptive, and Shopee

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Indi Ramadhani
NIM : 18102030072
Judul Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 05 Agustus 2024

Pembimbing,

Muhamad Rashif Hilmi S.Si., M.sc.
NIP. 19920309 202012 1 001

Mengetahui:
Ketua Prodi,

Siti Amirah, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 19830811 201101 2 010

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1371/Un.02/DD/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **INDI RAMADHANI**
Nomor Induk Mahasiswa : **18102030072**
Telah diujikan pada : **Selasa, 13 Agustus 2024**
Nilai ujian Tugas Akhir : **A/B**

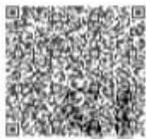
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

 Ketua Sidang

Muhamad Rashid Hilmi, S.Si., M.Sc.
SIGNED

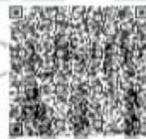
Valid ID: 66cb2ba25d72



Penguji I

Drs. Mohammad Abu Suhud, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 66c8876752baad



Penguji II

Siti Arimah, S.Sos.L., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66c80993e2b1



Yogyakarta, 13 Agustus 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 66cc18627ad49

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :Indi Ramadhani
NIM : 18102030072
Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarism dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, 05 Agustus 2024
Yang menyatakan,



Indi Ramadhani
NIM. 18102030072

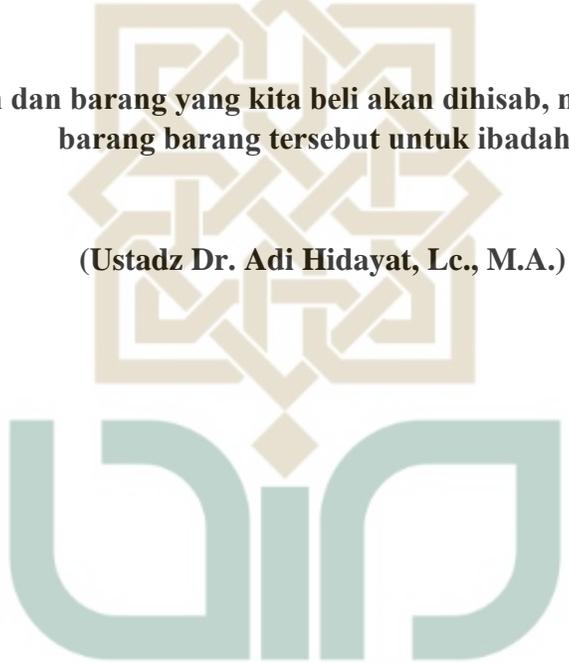
MOTTO

“Saya telah menyekolahkan banyak orang dan semuanya tidak ada yang sampai lulus, saya berharap kamu bisa selesaikan studimu sampai wisuda”

(Bapak, suatu sore di beranda rumah)

“Semua pakaian dan barang yang kita beli akan dihisab, maka gunakanlah dari barang barang tersebut untuk ibadah”

(Ustadz Dr. Adi Hidayat, Lc., M.A.)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Ayahanda Ruslin Abdul Manaf cinta pertama, donatur utama dan panutanku. Terimakasih untuk semua sabar dan ikhlasnya dalam membimbing penulis selama menyelesaikan studinya. Senantiasa mendoakan yang terbaik untuk penulis, memberikan dukungan materi, perhatian, cinta, dan kasih sayang yang tak terhingga sampe saat ini.
- Ibunda yang paling aku sayang, Nursiah. Terimakasih untuk semua doanya yang menembus langit. Selalu membimbing dan memberikan nasehat kepada penulis, mendoakan dan memberikan dukungan materi kepada penulis sampai saat ini.
- Kakak saya Iin A'yuniah Terimakasih sudah memberikan dukungan materi dan motivasi kepada penulis unuk menyelesaikan studinya.
- Kepada alm. Inayah Zulfa Fitri adekku yang paling aku sayang, penulis menyampaikan permintaan maaf karena tidak bisa menyelesaikan studinya tepat waktu. Sekarang penulis sudah menyelesaikannya dan semoga kamu bisa lihat dari Atas sana.
- Kepada Ismi Amalia, Imam Al anshori dan King jalaludin selaku adik dan ponakan ku terimakasih sudah memberikan waktu dan keceriaan di tengah penulis menyelsaikan studinya.
- Om Farid Iskandar, S.H., S.H.I., M.H. beserta keluarga yang selalu baik hati dan tidak pernah lelah memberikan kontribusi baik moril maupun materil.
- Keluarga besar Flores di Jogja dan di Flores.
- Para Guru, Ustadz, dan Dosen yang telah mengajariku banyak ilmu yang bermanfaat.
- Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ ، نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ ، وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا ، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ ، وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ ، وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

Alhamdulillah Rabbil'alamiin penulis panjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat, hidayah dan inayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”** dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat beriring salam penulis hadiahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW., semoga syafaatnya dapat menolong kita di yaumul akhir nanti, Aamiin.

Penelitian skripsi merupakan penerapan ilmu yang telah mahasiswa dapatkan selama menjalani perkuliahan dengan minat yang berbeda pada setiap mahasiswanya. Dengan adanya penelitian skripsi ini, mahasiswa dapat mengimpletasikan teori-teori yang telah didapatkan pada saat perkuliahan sesuai dengan minat yang ditawarkan program studi Pengembangan Masyarakat Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Siti Amina, M.Si. selaku Ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Muhamad Rashif Hilmi, S.Si., M.Sc. selaku Pembimbing dan Penguji dalam penyusunan skripsi yang dengan sabar dan ikhlas memberikan bimbingan, arahan dan motifasi.
5. Selaku penguji I terima kasih masukan dan sarannya.
6. Selaku penguji II terima kasih atas masukannya kepada penulis.
7. Seluruh Dosen Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
8. Seluruh teman-teman Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2018, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan dan semangat pada penulis.
9. Kepada kedua orang tua saya (Bapak Ruslin Abdul Manaf dan Ibu Nursiah Daeng Sayu) yang tidak pernah lelah untuk memberikan bantuan baik berupa moril serta materil.
10. Kepada orang tua di Yogyakarta Om Farid Iskandar S.H., S.H.I., M.H. beserta keluarga terimakasih atas dukungan baik moril serta materil.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi penyempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi perkembangan ilmu hukum pada umumnya dan khususnya bagi kita semua yang membacanya.

Yogyakarta, 23 Juli 2024

Penulis,



INDI RAMADHANI

NIM. 18102030072



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Kajian Pustaka.....	6
F. Landasan Teori.....	11
G. Kerangka Pemikiran.....	17
H. Hipotesis.....	18
I. Sistematika Pembahasan	19
BAB II METODE PENELITIAN.....	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Variabel Penelitian.....	21
1. Variabel Independen (X).....	22
2. Variabel Dependen (Y)	22
3. Definisi Operasional Variabel	23

C. Teknik Pengumpulan Data.....	30
1. Kuesioner.....	30
2. Dokumentasi.....	31
3. Wawancara	31
D. Instrument Pengumpulan Data.....	31
E. Uji Validitas dan Realibitas	32
1. Uji Validitas	33
F. Uji Realibilitas	33
G. Metode Analisis Data.....	34
1. Analisis Deskriptif.....	34
2. Uji Asumsi.....	35
BAB III GAMBARAN UMUM PRODI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA	37
A. Sejarah dan Perkembangan Prodi Pengembangan Masyarakat Islam.....	37
B. Letak Geografis.....	39
C. Dasar Hukum dan Tujuan Prodi Pengembangan Masyarakat Islam.....	40
1. Dasar Hukum.....	40
2. Tujuan.....	41
D. Jumlah Mahasiswa dan Lembaga Kemahasiswaan	42
1. Jumlah Mahasiswa	42
2. Lembaga Kemahasiswaan	44
E. Aplikasi Shopee	45
1. Tujuan Shopee.....	46
2. Nilai-nilai yang Terkandung dalam Aplikasi Shopee	47
3. Progress dan Perkembangan Aplikasi Shopee	47
4. Kantor Shopee Sebagai Pusat Layanan	48
5. Shopee sebagai Peluang Pembelajaran dan Pengembangan	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Demografi Responden.....	53
B. Hasil Uji Instrumen	57
1. Uji Validitas	57

2. Uji Reliabilitas.....	59
C. Uji Asumsi Klasik.....	60
1. Uji Normalitas.....	60
2. Uji Lineiritas.....	62
3. Uji <i>Person Product Moment</i>	63
D. Analisis Regresi Sederhana.....	64
E. Uji Hipotesis.....	65
F. Hasil Wawancara Hubungan Pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Perilaku Prososial pada Mahasiswa.....	125
G. Pembahasan.....	128
BAB V PENUTUP.....	138
A. Kesimpulan.....	138
B. Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	67



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Observasi 393 Mahasiswa.....	Halaman 18
--------------------------------------	---------------



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Observasi 393 Mahasiswa.....	26
Tabel 2.2 Skala Likert.....	32
Tabel 3.1 Mahasiswa Aktif Prodi PMI Angkatan 2023/2024.....	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Sumber Pendapatan.....	54
Tabel 4.3 Angkatan.....	54
Tabel 4.4 Penggunaan Aplikasi Shopee Dalam Satu Minggu.....	55
Tabel 4.5 Alasan Menggunakan Aplikasi Shopee.....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Linieritas.....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Person Product Moment</i>	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis.....	66
Tabel 4.13 Jenis Kelamin.....	131
Tabel 4.14 Pendapatan.....	132
Tabel 4.15 Angkatan.....	133
Tabel 4.16 Penggunaan Aplikasi Shopee.....	134
Tabel 4.17 Alasan Penggunaan Aplikasi Shopee.....	135

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini di era digitalisasi masyarakat semakin dimudahkan oleh berbagai kecanggihan dari berbagai macam bentuk teknologi aplikasi. Kemudahan ini dirasakan berbagai kalangan dari remaja hingga dewasa. Mereka begitu dimanjakan oleh kecanggihan berbagai macam teknologi aplikasi. Salah satunya aplikasi Shopee. Shopee adalah wadah belanja online yang memudahkan penggunanya untuk berbelanja yang berfokus pada platform mobile. Shopee diluncurkan di Asia Tenggara pada tahun 2015. Negara yang termasuk adalah Filipina, Taiwan, Indonesia, Singapura, Thailand, Vietnam. Platformnya mempunyai banyak fitur yang menarik, memiliki metode pembayaran yang aman, dan sering mengadakan promo bahkan gratis ongkos kirim.¹

Selain mempermudah penggunanya, aplikasi belanja online Shopee juga menawarkan berbagai macam promo dan diskon yang menarik untuk penggunanya. Hal ini juga menjadikan Shopee sebagai aplikasi belanja online yang paling diminati di kalangan masyarakat. Hasil riset Snapcart 2020 menunjukkan 66% konsumen dari 1.000 responden survey seluruh Indonesia, Shopee merupakan situs belanja online yang paling sering digunakan (66%). Berdasarkan kelompok umurpun, berbelanja di Shopee paling disukai oleh

¹ Lutfiana Syahida, "Pengaruh Terpaan Iklan Promo Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap," *Jurnal Kehumasan* 4, no. 1 (2021): 7–18, file:///C:/Users/hp/Downloads/37732-89315-1-PB.pdf.

kelompok umur 18-24 tahun (72%).² Dari data tersebut bisa terlihat bahwa Shopee begitu di minati oleh masyarakat. Selain itu kelompok umur tersebut juga mencakup usia dimana mahasiswa menempuh pendidikannya terkhusus jenjang sarjana. Di kalangan mahasiswa tentu aplikasi Shopee sudah tidak asing bagi mereka. Apalagi aplikasi ini banyak manfaat dan kegunaannya. Akan tetapi penggunaan aplikasi Shopee juga memiliki dampak yang kurang baik jika penggunaanya tidak menggunakan secara bijak.

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk menunjukkan perilaku yang berlebihan saat membeli sesuatu atau melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Akibatnya, mereka kemudian membelanjakan uang secara membabi buta dan tidak rasional, hanya untuk mendapatkan apa yang mereka anggap sebagai simbol keistimewaan.³ Perilaku ini tentu sangat tidak baik dan tentunya membahayakan secara keuangan bagi mahasiswa. Apabila para mahasiswa secara terus menerus berbelanja dan menggunakan uangnya untuk membeli barang atau kebutuhan yang tidak berguna, maka mereka bisa secara tidak sadar kehabisan uang di akhir bulannya.

Banyak faktor yang mendukung terjadinya perilaku konsumtif, Pertama ada faktor eksternal atau lingkungan yang didalamnya mencakup kebudayaan, sub

² *Ibid.* hlm. 8

³ Alika Zahrah, Mayasari, and Yanti Tayo, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif (Survey Eksplanatori Mengenai Pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Angkatan 2017 Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSIKA)," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)* 6, no. 2 (2022): 2598–9944.

kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga. Kedua ada faktor internal dari perilaku konsumtif yaitu motivasi, pengamatan, belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, gaya hidup, keadaan ekonomi dan pekerjaan, usia dan tahap siklus hidup.⁴ Dari berbagai faktor tersebut dapat dilihat bahwa Jika seseorang berhasil memuaskan kebutuhannya yang penting, maka ia akan berusaha untuk memuaskan kebutuhan penting berikutnya. Hal ini berarti kepuasan dalam diri manusia bersifat sementara. Keinginan yang menuntut kepuasan dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif.

Institusi pendidikan saat ini tidak semata-mata sebagai tempat menimba ilmu, namun juga menjadi tempat ajang kompetensi dalam membentuk citra diri untuk mempertahankan eksistensi guna mendapatkan pengakuan sosial yang berarti di kalangan mahasiswa. Dengan demikian kebiasaan tersebut menciptakan perubahan gaya hidup, mulai dari cara berpakaian, makanan yang dikonsumsi, barang-barang brandid, dan lain-lain. Pada akhirnya perilaku konsumtif tersebut membentuk sebuah trend. Dalam realitanya trend inipun tidak hanya dijalani oleh Mahasiswa dengan status ekonomi keluarga menengah ke atas, namun juga berlaku pada mahasiswa dengan status ekonomi keluarga menengah ke bawah. Tentu sangat disayangkan ketika mahasiswa yang seharusnya menjadikan Institusi Pendidikan sebagai tempat mempersiapkan diri menjadi generasi emas Indonesia, mengalami distorsi dan disorientasi. Meskipun tidak semuanya di alami oleh

⁴ *Ibid.* hlm. 3638

seluruh mahasiswa di Indonesia, namun kita tidak menutup mata dalam melihat fakta yang saat ini terjadi.⁵ Dari peneliti sebelumnya di atas menunjukkan bahwa lingkungan kampus bukan saja dijadikan tempat untuk menimba ilmu faktanya lingkungan kampus juga dijadikan tempat untuk ajang kompetisi demi menaikkan citra dan popularitas.

Pada kalangan mahasiswa dalam hal ini mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN sunan kalijaga, Yogyakarta. perilaku konsumtif dapat terjadi baik itu di kalangan mahasiswa perempuan maupun laki-laki. Hal ini tentu bisa terjadi karena dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor tersebut sesuai dengan pernyataan diatas tadi yang diantaranya faktor gaya hidup dan lingkungan pertemanan. Faktor ini tentu bersinggungan langsung dengan mahasiswa ketika mereka berinteraksi satu sama lain. Adanya faktor tersebut juga dapat membuat sikap yang menjadi lebih konsumtif.

Berdasarkan pernyataan sebelumnya yang ada diatas, peneliti tertarik dengan munculnya perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian terkait “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

⁵ Sari, Euis Audria, et al. "Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim." *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary* 1.1 (2023).

Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikas UIN Sunan Kalijaga”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan yaitu apakah penggunaan aplikasi Shopee berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dicantumkan diatas oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

a. Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan landasan penelitian berikutnya bagi mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam, yang ingin melakukan penelitian serupa.

b. Untuk mengetahui bagaimana dan apa saja bentuk pola perilaku konsumtif di lingkungan kampus, setelah menggunakan aplikasi belanja online Shopee. Khususnya pada mahasiswa pengembangan masyarakat islam fakultas dakwah dan komunikasi UIN sunan kalijaga, Yogyakarta.

c. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah pengetahuan bagi pembaca mengenai pengembangan Ilmu Pengetahuan Sosial, khususnya Pengembangan Masyarakat Islam.

2. Kegunaan Praktis

a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan pembelajaran bagi pengguna aplikasi belanja online Shopee pada lingkungan kampus, khususnya di jurusan pengembangan masyarakat islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN sunan kalijaga, Yogyakarta agar lebih bijak dan tidak menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan.

b. Manfaat praktis dari penelitian ini, terutama bagi penulis yakni sebagai syarat untuk memenuhi kelulusan.

E. Kajian Pustaka

Peneliti menemukan beberapa kajian yang membahas tentang pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengembangan masyarakat islam fakultas dakwah dan komunikasi UIN sunan kalijaga, Yogyakarta. Dari beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini berdasarkan hasil evaluasi literatur peneliti. Beberapa dari studi ini termasuk:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Vita Hasna Izdi Amelia dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur *Spaylater* Pada Aplikasi Shopee Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif”. Penelitian tersebut

bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengaruh sosial, gaya hidup, dan familiaritas terhadap perilaku konsumtif melalui variabel intervening penggunaan *SPayLater*. Hasil dari penelitian tersebut, Vita menemukan bahwa variabel pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *SPayLater*. Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *SPayLater*. Variabel familiaritas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *SPayLater*. Variabel penggunaan *SPayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Terdapat pengaruh mediasi signifikan pada variabel penggunaan *SPayLater* dalam memediasi pengaruh sosial, gaya hidup, dan familiaritas terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang di atas ialah berfokus pada penggunaan fitur *spaylater* di aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif, dan juga sampel populasi yang diambil adalah mahasiswa pengguna *Spaylater* di Indonesia. Sedangkan di penelitian ini lebih fokus terhadap aplikasi Shopee dan juga sampel populasi yang diambil hanya mahasiswa pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.⁶

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Fitria Ulfah Hanifah dengan judul “Pengaruh Kelas Sosial dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada

⁶ Vita Hasna Izdi Amelia, Skripsi: “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur *Spaylater* Pada Aplikasi Shopee Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif” (Yogyakarta: UII, 2021)

Remaja Pengguna Shopee di Ponorogo”. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa kelas sosial dan konsep diri secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee di Ponorogo. Hal ini relevan dengan teori Engel, Blackwell dan Miniard yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor internal dan eksternal. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah di penelitian sebelumnya membahas tentang pengaruh kelas sosial dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee dan juga teori yang digunakan adalah teori Engel, Blackwell dan Miniard. Sedangkan penelitian ini membahas tentang pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif dan juga teori yang digunakan milik Jean Baudrillard.⁷

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Dwi Lestari dengan judul ”Pengaruh *E-Commerce* dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop”. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Magetan pada masyarakat pengguna aplikasi online shop. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa masyarakat mampu lebih selektif dalam menentukan pilihan barang yang akan dikonsumsi. Mereka harus mampu mengutamakan kebutuhan yang paling utama serta mampu menyesuaikan dengan kemampuan belanja sesuai dengan pendapatan masing-masing agar mampu menekan perilaku konsumtif.

⁷ Fitria Ulfah Hanifah, Skripsi: “Pengaruh Kelas Sosial dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee di Ponorogo” (Ponorogo: IAIN, 2021)

Perbedaan antara penelitian ketiga ialah lebih difokuskan pengaruh *E-Commerce* secara luas tidak spesifik pada aplikasi tertentu, dan juga lokasi serta teori yang digunakan berbeda dari penelitian ini. Sedangkan penelitian ini difokuskan pada pengaruh dari penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif serta objek penelitian yang diteliti mahasiswa pengembangan masyarakat islam fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN sunan kalijaga, Yogyakarta.⁸

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh In Ratih Ningcahya dengan judul “Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh keputusan pembelian melalui Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Meski demikian, ketika ada iming-iming hadiah yang ditawarkan Shopee responden dalam penelitian ini tidak serta merta melakukan keputusan pembelian melainkan mereka melakukan evaluasi-evaluasi dari berbagai macam informasi yang diperoleh tentang produk yang akan dibeli, artinya mereka harus menerima informasi yang cukup sebelum melakukan keputusan pembelian agar ketika melakukan keputusan pembelian suatu produk mereka dapat mengetahui produk mana yang sesuai dengan

⁸ Dwi Lestari, Skripsi: “Pengaruh E-Commerce dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop” (Ponorogo: IAIN, 2021)

kebutuhannya sehingga mereka dapat mengontrol diri dalam berbelanja agar tidak berlebihan. Perbedaan antara penelitian keempat ialah pada penelitian keempat ini lebih berfokus pada tentang keputusan pembelian melalui Shopee terhadap perilaku konsumtif, kemudian lokasi penelitian letaknya yang berbeda. Sedangkan penelitian ini difokuskan pada mahasiswa pengguna aplikasi Shopee yang terpengaruh menjadi memiliki perilaku konsumtif.⁹

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Rara Anindya Vega Amalia dengan judul “Pengaruh *E-Commerce Shopee* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Karadenan Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) tingkat pengguna *E-Commerce Shopee* masyarakat Desa Kradenan Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo berada pada kategori sedang yang memiliki frekuensi tertinggi yaitu 59 responden dengan persentase sebanyak 79,73%. 2) tingkat perilaku konsumtif masyarakat Desa Kradenan Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo berada pada kategori sedang yang memiliki frekuensi tertinggi yaitu 60 reponden dengan presentase sebanyak 81,08%. 3) ada pengaruh pengaruh *E-Commerce Shopee* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Kradenan Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo berdasarkan hasil nilai koefisien sebesar 0,593 maka 35,1% perilaku konsumtif masyarakat merupakan kontribusi dari variabel *e-commerce Shopee*, sedangkan sisanya 64,1% dapat disebabkan oleh

⁹ Iin Ratih Ningcahya, Skripsi: “Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)” (Surabaya: UIN, 2020)

faktor-faktor lain. Perbedaan antara penelitian kelima ialah penelitian kelima ini yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat desa dengan usia 16-30 tahun. Sedangkan penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa yang mana menjadi masyarakat di lingkungan kampus serta usia yang diambil dari usia 18-24 tahun.¹⁰

F. Landasan Teori

1. Masyarakat Konsumtif

Menurut Baudrillard masyarakat konsumsi merupakan masyarakat yang mengkonsumsi barang melalui keindahannya bukan pada kegunaannya, sehingga masyarakat tidak akan pernah puas dan mendatangkan rasa ingin mengonsumsi lagi dan lagi.¹¹ Adanya hal ini mendorong masyarakat untuk menggunakan uangnya untuk membeli kebutuhan yang pada dasarnya tidak terlalu penting dikarenakan adanya pengaruh dari lingkungan yang ada. Dalam masyarakat konsumsi, orang bebas membeli komoditas atau jasa bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan dirinya karena faktor nilai tukar dan fungsinya dari barang atau komoditas tersebut, tetapi lebih dari

¹⁰ Rara Anindya Vega Amalia, Skripsi: “Pengaruh E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Karadenan Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo” (Ponorogo: IAIN, 2022)

¹¹ Nabila Kalya et al., “Praktik Masyarakat Konsumsi Online Dalam Perspektif Baudrillard,” *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 6 (2021): 681–87, <https://doi.org/10.17977/um063v1i62021p681-687>.

itu apakah komoditas atau jasa tersebut mampu memberikan nilai presitise, citra, dan gengsi sosial kepada dirinya atau tidak.¹²

Dalam masyarakat konsumen, dengan keragaman objek barang dan jasa, setiap individu atau kelompok sosial bernafsu dan berlomba-lomba untuk mengkonsumsi barang dan/jasa untuk menaikkan citra dan eksistensi kelas sosialnya, meskipun mereka harus membayar super mahal. Tindakan seperti itu nantinya akan mengarah pada perilaku konsumtif yang terjadi di masyarakat. Perilaku konsumtif merupakan salah satu dampak dari perkembangan zaman yang semakin modern. Disini baudrillard juga mengatakan bahwa manusia mempunyai kebutuhan yang membawanya kepada objek yang dapat memberikan kepuasan.¹³ Di era yang sudah serba digital seperti saat ini tentu mudah untuk mengakses berbagai layanan digital untuk membeli segala kebutuhan. Salah satu teknologi aplikasi digital yang banyak digunakan adalah platform *e-commerce*.

Bentuk perilaku konsumtif diantaranya adalah bahwa perilaku konsumtif dapat terjadi karena membeli produk karena penawaran khusus, membeli produk karena penampilannya yang menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga,

¹² Umar Sholahudin, “Selebrasi Pernikahan Artis Dalam Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Baudrillard,” *Journal of Urban Sociology* 2, no. 2 (2019): 57–70, <https://doi.org/10.30742/jus.v2i2.991>.

¹³ Khusniatun Alviyah, Sigit Pranawa, and Abdul Rahman, “Perilaku Konsumsi Budaya Masyarakat Dalam Tradisi Labuhan Ageng Di Pantai Sembukan,” *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* 2, no. 2 (2020): 135–143, <https://doi.org/10.52483/ijsed.v2i2.28>.

membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis.

2. Penggunaan Aplikasi Shopee

Shopee adalah e-commerce (jual beli online) berbasis aplikasi mobile, yang sedang berkembang di Indonesia. Sebagai aplikasi mobile platform terbesar di Indonesia, Shopee memberikan tawaran jual beli online yang menyenangkan, gratis dan terpercaya via ponsel. Dengan aplikasi Shopee bisa mendaftarkan produk jualan dan berbelanja berbagai penawaran menarik dengan harga termurah dan gratis ongkir ke seluruh Indonesia. Dengan aplikasi Shopee, bisa menjual berbagai produk, membeli berbagai produk, belanja aman dengan garansi Shopee, mengetahui rekomendasi produk, mengembangkan bisnis dan membagikan kebahagiaan.¹⁴ Aplikasi Shopee juga menjadi salah satu marketplace yang memanfaatkan peluang bisnis dengan memaksimalkan segmen mobile marketplace oleh karenanya hal ini dapat mempermudah proses transaksi jual beli.

¹⁴ Widyasastika, "Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017)," *Ikraith-Humaniora* 2, no. 2 (2018): 69–74.

Kaitannya antara penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumsi adalah bahwasannya dengan adanya aplikasi Shopee mendorong masyarakat semakin termotivasi dari adanya pengaruh lingkungan sekitarnya untuk menjadi lebih konsumtif. Selain itu sikap dari masyarakat ini sendiri disebabkan dari maraknya iklan, poster dan berbagai macam tawaran menarik dari perusahaan Shopee sendiri. Dengan demikian pengguna Shopee jadi semakin gencar melakukan transaksi barang maupun jasa tanpa memikirkan barang barang tersebut sangat dibutuhkan atau tidak. Bisa dilihat dari hal tersebut kebanyakan masyarakat secara tidak langsung semakin konsumtif dalam menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan oleh aplikasi Shopee. Pada kalangan mahasiswa tentu menggunakan aplikasi Shopee untuk berbelanja sudah tidak asing lagi.

Terlebih di era digital ini semua menginginkan kemudahan dan kepraktisan, maka dari situ aplikasi Shopee hadir untuk menjawab keinginan masyarakat. Mahasiswa menjadi kalangan di masyarakat yang rentan untuk berperilaku konsumtif. Terlebih pada fase tersebut mereka sedang berproses dalam mengembangkan diri dan mencari jati diri. Adanya hal tersebut membuat mereka menjalin banyak relasi dengan orang lain, melalui inilah mahasiswa bisa terpengaruh dari lingkungan sekitar menjadi berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif pada mahasiswa tentu menjadi suatu masalah apabila tidak terkontrol dengan benar. Adanya perilaku konsumtif nantinya

akan membawa mahasiswa kedalam berbagai masalah. Diantaranya terlilit hutang, menjadi boros, membeli barang yang tidak berguna dan penting, dll.

3. Teori Prososial

Baron & Byrne (2005) mengatakan bahwa perilaku prososial adalah suatu tindakan menolong yang menguntungkan orang lain tanpa harus menyediakan suatu keuntungan langsung pada orang yang melakukan tindakan tersebut, dan mungkin bahkan melibatkan suatu resiko bagi orang yang menolong. Gerungan (2000) menyatakan bahwa perilaku prososial mencakup perilaku yang menguntungkan orang lain yang mempunyai konsekuensi sosial yang positif sehingga akan menambah kebaikan fisik maupun psikis. Sedangkan Faturochman (2006) mengartikan perilaku prososial sebagai perilaku yang memberi konsekuensi positif pada orang lain. Brigham (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2006) menyatakan bahwa perilaku prososial mempunyai maksud untuk menyokong kesejahteraan orang lain, sehingga dengan demikian kedermawanan, persahabatan, kerjasama, menolong, menyelamatkan, dan pengorbanan merupakan bentuk-bentuk perilaku prososial.

Berdasarkan berbagai macam pengertian dari para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku prososial merupakan sesuatu kegiatan yang membantu individu lain tanpa mengharapkan imbalan atau balasan dari kegiatan yang dilakukan. Selain itu ada beberapa aspek yang meliputi

perilaku prososial. Eisenberg dan Mussen menjelaskan bahwa aspek aspek Prososial ada: Sharing (berbagi), Cooperative (bekerjasama), Donating (berderma), Helping (menolong) dan Honesty (jujur).¹⁵

4. Hubungan Penggunaan Aplikasi Shopee dan Perilaku Konsumtif Shopee merupakan salah satu marketplace berbasis mobile yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 dan langsung di luncurkandi beberapa negara, salah satunya Indonesia. Di Indonesia E-commerce Shopee menyediakan platfrom situs belanja dengan memberikan penawaran menarik kepada konsumen. Salah satunya penawaran yang diberikan kepada konsumen yaitu adanya event setiap bulan pada tanggal kembar yang menyediakan penawaran gratis ongkos kirim, flash sale, cashback, potongan harga, dan penurunan harga pasaran yang relatif lebih murah dari harga standar. Shopeejuga hadir dengan beberapa kemudahan dalam metode pembayaran yang kemungkinan menjadi salah satu point penting untuk memudahkan proses jual beli. E-commerce ini juga memberikan kemudahan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang tepat dan toko yang sesuai karna memiliki penanda seperti (Star Seller) dan memiliki fitur rating. Adanya fitur tersebut membantu konsumen agar membeli kepada pedagang yang sesuai dengan kualitas barang yang

¹⁵ Sabiq, Z. (2012). Kecerdasan emosi, kecerdasan spiritual dan perilaku prososial santri pondok pesantren nasyrul ulum pamekasan. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(2).

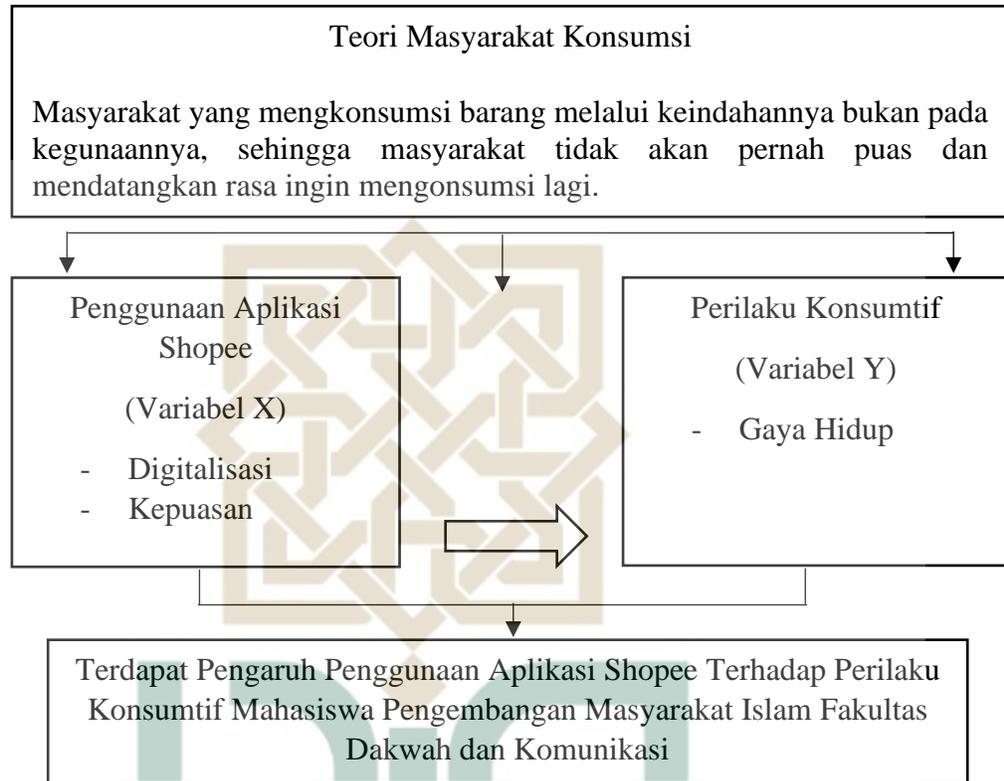
diinginkan. . Gaya hidup pada mahasiswa memiliki ciri khas mulai dari pakaian, berdandan (make-up), gaya rambut, model hijab, dan beberapa kebutuhan lainnya. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nim (2016) yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menginginkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui cara yang praktis tanpa membuang tenaga dan waktu, dengan harga jual sesuai dengan keuangan mahasiswa atau murah. Pernyataan tersebut semakin mendukung fenomena perilaku konsumtif pada mahasiswi yang dapat muncul karena adanya penawaran-penawaran dari E-commerce Shopee dengan melakukan wawancara kepada mahasiswi sebagai studi pendahuluan.¹⁶

G. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang telah dideskripsikan di atas maka variabel pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif yaitu dengan kerangka pemikiran yang diajukan dalam penelitian ini telah digambarkan sebagai berikut:

¹⁶ Arum, Dewi, and RIza Noviana Khoirunnisa. "Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce shopee." *Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 8.9 (2021): 92-102.

Bagan 1. Kerangka Teoritik



Sumber: Olahan Peneliti

H. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

➤ Hipotesis nol (H_0)

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengembangan masyarakat islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN sunan kalijaga, Yogyakarta.

➤ Hipotesis alternatif (H_a)

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN sunan kalijaga, Yogyakarta. Peneliti mengajukan hipotesis bahwa terdapat pengaruh antara kedua variabel X dan variabel Y. Dengan demikian peneliti menerima hipotesis H_a dan menolak hipotesis H_o .

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pembahasan, dilakukan agar penulisan dalam penelitian ini lebih mudah dipahami, sistematika pembahasan pada bab ini dipisahkan menjadi lima bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan awal dari sistematika pembahasan, bab pertama terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika penelitian. Jadi semua mempunyai tujuan untuk memberikan sebuah penjelasan secara umum mengenai isi yang masih bersifat khusus.

BAB II : METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan bagian kedua yang berisi mengenai metode yang digunakan oleh penulis dalam menyelesaikan penelitian.

BAB III : GAMBARAN UMUM

Pada bab kedua ini membahas mengenai gambaran umum jurusan pengembangan masyarakat islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijga Yogyakarta, Tujuan, Visi, Misi dan lain sebagainya.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas mengenai penemuan hasil penelitian yang dilakukan di jurusan pengembangan masyarakat islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan membahas hasil data yang dilakukan oleh peneliti serta disajikan dalam menjawab rumusan masalah.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup yang terdiri dari kesimpulan penelitian dan saran-saran yang membangun agar penelitian selanjutnya bisa lebih baik dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan tentang pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengembangan masyarakat islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Bahwa ditarik kesimpulan sebagai berikut ini:

Variabel penggunaan aplikasi Shopee memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengembangan masyarakat islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Shopee sangat memudahkan dan membantu bagi mahasiswa pengembangan masyarakat islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam memenuhi keperluan dan kebutuhan yang diperlukan. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi yang diperoleh pada pengujian hipotesis yakni sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima. Selanjutnya nilai koefisien regresi sebesar 0,457 yang berarti pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengembangan masyarakat islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan aplikasi Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengembangan masyarakat islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pengaruh variabel X ini dipengaruhi beberapa faktor diantaranya: banyak promo menarik, aplikasi Shopee juga lebih praktis, dan banyak pilihan transaksi yang disediakan. Hasil analisis di atas secara menyeluruh telah mampu menjawab tujuan dilakukannya penelitian ini, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, mulai dari pembahasan sampai pada penarikan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka saran yang disampaikan oleh peneliti yakni sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam

Meskipun adanya pengaruh yang signifikan antara kedua variabel tersebut yaitu, penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengembangan masyarakat islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Harapannya mahasiswa pengembangan masyarakat islam menggunakan aplikasi belanja online Shopee dengan bijak dan sewajarnya saja. Menggunakan aplikasi Shopee dengan positif untuk mendapatkan kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja. Karena pada dasarnya adanya kemajuan teknologi di zaman sekarang sudah sepantasnya memudahkan

penggunanya untuk mengakses apapun yang diinginkan termasuk dalam berransaksi melalui shopee.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini peneliti menyadari bahwasanya ada keterbatasan serta ketidaksempurnaan dalam penelitian ini. Maka dari itu untuk peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian dengan judul yang serupa khususnya pada mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebaiknya sebelum melaksanakan penelitian ke lapangan baiknya memperhatikan faktor faktor lain yang mempengaruhi penelitian ini. Agar peneliti selanjutnya dapat menyempurnakan atau bahkan melengkapi kekurangan dalam pembahasan penelitian secara lebih komprehensif terkait penelitian yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. A. V. (2022). *Pengaruh E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Kradenan Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo*. Skripsi. Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo.
- Arikunto, Suharsimi “*Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*” (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017).
- Alviyah, Khusniatun, Sigit Pranawa, and Abdul Rahman. “Perilaku Konsumsi Budaya Masyarakat Dalam Tradisi Labuhan Ageng Di Pantai Sembukan.” *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* 2, no. 2 (2020): 135–143. <https://doi.org/10.52483/ijsted.v2i2.28>.
- Arum, Dewi, and RIza Noviana Khoirunnisa. "Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce shopee." *Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 8.9 (2021).
- Azwar, Sifuddin “*Realibilitas dan Validitas*” (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016).
- Dwi Lestari. (2021). Skripsi: “Pengaruh E-Commerce dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop” (Ponorogo: IAIN).
- Desinta Purba and Mardaus Purba. “*Aplikasi Analisis Korelasi Dan Regresi Menggunakan Pearson Product Moment Dan Simple Linear Regression,*” *Citra Sains Teknologi* 1, no. 2 (2022).
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. “*Uji normalitas data omzet bulanan pelaku ekonomi mikro desa senggigi dengan menggunakan skewness dan kurtosis*”. *Jurnal Varian* 2, no.1 (2018).
- Gozali, Imam. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*”. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009).
- Hanifah, F. U. (2021). *Pengaruh Kelas Sosial Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo*. Skripsi. Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo.
- Iin Ratih Ningcahya. (2020). *Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)*. Skripsi. UIN Surabaya.

- Kalya, Nabila, Hasna Zuhdi, M Bararah, Fina Aprilia, Pramana Herjati, Putra Dionchi, and Ananda Dwitha Yuniar. "Praktik Masyarakat Konsumsi Online Dalam Perspektif Baudrillard." *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 6 (2021): 681–87. <https://doi.org/10.17977/um063v1i62021p>.
- Lestari, D. (2021). *Pengaruh E-Commerce dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop* Skripsi. Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo.
- Morrisan (eds). "*Metode Penelitian Survei*" (Jakarta: Kencana, 2012).
- Nabila Kalya et al., (2021). "Praktik Masyarakat Konsumsi Online Dalam Perspektif Baudrillard," *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 6.
- Rachmawati, Imami Nur. "Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: wawancara." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11.1 (2007).
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. "*Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*" (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. "*Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*" (Sleman: Deepublish, 2020).
- Rohaeni, Heni, and Nisa Marwa. "Melayani Lebih Baik BAB 1 DAFPUS" 2, no. 2 (2018).
- Sabiq, Z. Kecerdasan emosi, kecerdasan spiritual dan perilaku prososial santri pondok pesantren nasyrul ulum pamekasan. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 1 (2). (2012).
- Sugiyono. "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*" (Bandung: Alfabeta cv, (2016).
- Sugiyono. "*Metode Penelitian Pendidikan*". (Bandung: Alfabeta, 2009).
- Sastika, Widya. "Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus : Pelanggan Shoppee Di Kota Bandung 2017)." *Ikraith-Humaniora* 2, no. 2 (2018).
- Sholahudin, Umar. "Selebrasi Pernikahan Artis Dalam Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Baudrillard." *Journal of Urban Sociology* 2, no. 2 (2019): 57–70. <https://doi.org/10.30742/jus.v2i2.991>.

- Syahida, Lutfiana. "Pengaruh Terpaan Iklan Promo Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap." *Jurnal Kehumasan* 4, no. 1 (2021): 7–18. <file:///C:/Users/hp/Downloads/37732-89315-1-PB.pdf>.
- Sari, Euis Audria, et al. "Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim." *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary* 1.1 (2023).
- Titin kurniawan Bungsu and others. "Pengaruh Kemandirian Belajar Terhadap Hasil Belajar Matematika Di Smkn 1 Cihampelas", *Journal on Education*, 01.02 (2019).
- Tri Yulianti, Devita, and Agung Tri Prastowo. "Pengembangan Digitalisasi Perawatan Kesehatan Pada Klink Pratama Sumber Mitra Bandar Lampung." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)* 2, no. 2 (2021): 32–39. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>.
- Umar Sholahudin. (2019). "Selebrasi Pernikahan Artis Dalam Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Baudrillard," *Journal of Urban Sociology* 2, no. 2.
- Wawancara dengan Zhafira, mahasiswa PMI UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2018.
- Wawancara dengan Putri, mahasiswa PMI UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2019.
- Wawancara dengan Alvita, mahasiswa PMI UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2020.
- Zahrah, Alike, Mayasari, and Yanti Tayo. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif (Survey Eksplanatori Mengenai Pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Angkatan 2017 Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSIKA)." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)* 6, no. 2 (2022): 2598–9944.