

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNISISLAM ANGKATAN 2016 UIN MATARAM PADA TREND FASHION (PAKAIAN)**Dany Luqyana Idris¹**

Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram

Email: danyluqyana29@gmail.com

Abstract**Received:** 28-05-2022**Accepted:** 06-06-2022**Published:** 20-06-2022**Keywords:** behavior,
consumptive,
student.

This study aims to analyze the consumptive behavior of Islamic Economics Students, Faculty of Economics and Islamic Business Class of 2016 UIN Mataram on Fashion Products (clothing). This study aims to find out internal and external factors that cause consumptive behavior in the fashion clothing of students majoring in Islamic Economics at UIN Mataram and Islamic views on consumptive behavior in students majoring in Islamic Economics at UIN Mataram. This type of research is qualitative. The research method uses interviews and observations. The population of this study is students majoring in sharia economics. The informants who were interviewed were ten students only consisting of female students, whose ages ranged from 21-22 years old and resided in boarding houses and lived in Mataram. . The analysis consists of three streams of activities that occur simultaneously, namely: data reduction, data presentation, and conclusion drawing/verification. The results of the study that all participants stated that the factors that influence consumptive behavior in fashion products (clothing) are internal factors, namely motivation, age, and gender and external factors, namely culture. This study also shows that consumptive behavior towards fashion products (clothing) appears in irrational and wasteful purchases, but a small proportion of female students buy fashion products (clothing) for reasons of need.

Abstrak**Kata kunci:** perilaku,
komsumtif,
mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Perilaku konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2016 UIN Mataram pada Produk Fashion (pakaian). Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor internal dan eksternal yang menyebabkan perilaku konsumtif pada fashion pakaian mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah di UIN Mataram dan pandangan dalam Islam tentang perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah di UIN Mataram. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Metode penelitiannya menggunakan wawancara dan observasi. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa jurusan ekonomi syariah. Informan yang diwawancarai sebanyak sepuluh orang mahasiswa hanya terdiri dari

mahasiswi, yang umuran berkisaran 21-22 tahun dan bertempat tinggal di kost dan tinggal di mataram. Analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil dari penelitian bahwa semua partisipan menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada produk fashion (pakaian) yaitu faktor internal yaitu motivasi, usia, dan jenis kelamin dan faktor eksternal yaitu kebudayaan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa perilaku konsumtif terhadap produk fashion (pakaian) Nampak pada pembelian yang tidak rasional dan pemberosonan, tetapi sebagian kecil mahasiswi membeli produk fashion (pakaian) karena alasan kebutuhan

Corresponding Author: Dany Luqyana Idris
E-mail: danyluqyana29@gmail.com



PENDAHULUAN

Setiap orang memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing dan kebutuhan itu berusaha ia penuhi dengan cara yang berbeda-beda (Rahardjo, 2007). Ada yang memenuhi kebutuhannya secara wajar dan ada juga yang memenuhi kebutuhannya secara berlebihan. Hal tersebut menyebabkan seseorang untuk bersifat konsumtif (Solihat & Arnasik, 2018). Istilah konsumtif sendiri erat kaitanya dengan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia (Suminar & Meiyuntari, 2015). Salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat, adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup ini menimbulkan adanya gejala konsumtif. Konsumtif adalah sifat mengkonsumsi, memakai, dan menggunakan sesuatu secara berlebihan atau mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan serta menghilangkan skala prioritasnya (Kurniawan, 2019).

Dimana yang dimaksud dengan perilaku konsumtif yaitu, suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dan individu lebih mementingkan keinginan dan ditandai oleh kehidupan yang mewah dan berlebihan. Vable mengungkapkan, bahwa konsumsi secara berlebihan adalah ciri yang hendak ditiru oleh lapisan masyarakat pada umumnya (Rosakusuma, 2020). Dengan berbelanja seperti yang ditemukan di masyarakat cenderung konsumtif, dengan mengkonsumsi barang-barang secara berlebihan, bahkan kadang-kadang jauh dari nilai fungsionalnya (Insani, 2017). Seseorang yang memiliki pola belanja berlebihan yang dilakukan secara terus-menerus dengan menghabiskan begitu banyak cara dan waktu hanya untuk membeli atau mendapatkan barang-barang yang diinginkan namun tidak terlalu dibutuhkan secara pokok olehnya (Khoirunnas & Hidir, 2017).

Salah satu lapisan konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi yaitu remaja. Remaja memiliki kecenderungan menjadi *tren center* dalam kegiatan mengkonsumsi, terutama dalam hal berpakaian (fashion), karena remaja lebih mementingkan keinginan dan selalu mempercantik tampilan luarnya daripada memenuhi kebutuhannya (Hermansyah, Gumelar, & Nurjuman, 2019). Fashion sendiri adalah gaya yang dapat diterima oleh sebuah

kelompok. Sebelum sebuah gaya dapat ditransformasikan menjadi sebuah fashion, dibutuhkan adanya suatu kelompok yang mengadopsinya (Sari, 2018). Fashion erat kaitannya dengan gaya yang digemari, keperibadian seseorang, dan rentang waktu (Ni Kadek, 2021). Trend fashion yang spesifiknya dulu dianggap hal dalam berbusana saja, saat ini sudah berkembang seiring dengan perkembangan zaman yang menjadikan fashion sebagai salah satu unit gaya hidup, hal ini didorong oleh mudahnya pertukaran referensi dan informasi dari luar membuat pertukaran trend fashion secara global sangat memungkinkan (Yolanda, 2020).

Perilaku konsumtif mahasiswa dalam hal fashion terutama pakaian, hanya untuk mengikuti trend atau mode yang sedang banyak diminati saat ini, agar tidak ketinggalan zaman tentang pakaian-pakaian yang sedang trending (Nizar, 2019). Keinginan membeli produk pakaian oleh mahasiswa dipengaruhi oleh rayuan-rayuan iklan yang ada di televisi, majalah, media sosial, maupun dari penampilan teman sebayanya. Seiring dengan kebiasaan mahasiswa yang selalu berperilaku konsumtif, sehingga membuatnya mulai terbiasa, lama-kelamaan menjadi kebiasaan dan dijadikan sebagai gaya hidup (Firnaya, 2018). Hal ini membawa mahasiswa kepada hal yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta mengikuti perkembangan dilingkungannya agar terlihat setara atau sepadan (A'yun, 2019).

Seiring perkembangan zaman, trend fashion mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah mulai banyak mengalami perkembangan dalam memadu padankan pakaiannya, karena mahasiswa Ekonomi Syariah saling mengikuti satu sama lain dalam hal penampilannya hal tersebut yang membuat mahasiswa Ekonomi Syariah tidak ketinggalan dengan trend fashion yang sedang berkembang atau booming. Mahasiswa pada Jurusan Ekonomi Syariah mempunyai style yang modis dalam berpakaian. Dengan model yang bermacam-macam, mulai dari celana jeans, rok, sampai gamis. Mereka selalu ingin tampil lebih menarik dari teman sebayanya dengan cara membeli produk pakaian yang terbaru.

Berdasarkan hasil observasi, peneliti sangat tertarik melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Faktor-faktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2016 UIN Mataram Pada Trend Fashion (Pakaian)", karena melihat gaya atau style fashion mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah yang semakin stylish namun dengan tema casual simple, yang tidak pernah bosan untuk dipandang dan bisa digunakan dalam acara formal dan semi-formal, dan tidak menutup kemungkinan jika mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah berperilaku konsumtif pada pakaian karena tertarik dengan iklan dan mengikuti trend, meskipun budget yang dikeluarkan cukup menguras kantong untuk anak kuliah, tetapi tidak sedikit dari mereka tetap berpenampilan modis dengan harga yang terjangkau.

Dari hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, bahwa remaja seusianya lebih labil dalam melihat produk fashion yang sedang booming, oleh karena itu dia lebih mementingkan keinginannya dari pada kebutuhannya, demi menunjang dalam melengkapi fashionnya. Informan sendiri tidak takut dalam membelanjakan uangnya untuk membeli suatu produk pakaian yang diinginkan. Tetapi, sering juga informan membeli produk pakaian yang lebih murah agar tetap bisa mengikuti trend mode teman sebayanya.

Sebenarnya perilaku konsumtif tidak menjadi masalah, selama kebiasaan tersebut ditunjang oleh keadaan finansial yang memadai. Akan menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada mahasiswa dilakukan secara berlebihan.

Tetapi tidak banyak dari Mahasiswi berpikir, bahwa dalam ajaran Islam dilarang untuk menghamburkan uang, apalagi dengan alasan membeli pakaian secara berlebihan hanya untuk terlihat modis dan menarik, seperti yang tertuang pada Al-qur'an Surah Al-isra ayat 27 yang menyebutkan

إِنَّمَا يُدْرِكُ الْبُكَاءَ الْإِنْسَانُ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا ۚ وَكَانَ الْآخِرُ أَكْثَرَ لُغْوًا مِّنَ الْأَوَّلِ ۚ

Artinya : “ Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti sudah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Fakto-faktor Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2018 UIN Mataram Pada Produk Fashion (Pakaian)”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata dalam bentuk tulisan maupun lisan dari individu dan perilaku yang diamati. Menurut Bogdan Taylor, pendekatan ini diarahkan pada latar belakang individu secara holistic (utuh). Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus. Jenis pendekatan studi kasus ini merupakan jenis pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami sebuah kejadian atau masalah yang telah terjadi dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian diolah untuk mendapatkan sebuah solusi agar masalah yang diungkap dapat terselesaikan. Di dalam penelitian ini berusaha mencari jawaban atas pertanyaan yang ada, tentang apa saja faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pada fashion pakaian.

Secara umum Miles dan Huberman beranggapan bahwa analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Berikut penjelasan secara rinci dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2016 UIN Mataram pada Trend Fashion (Pakaian)

Fashion sendiri diartikan sebagai alat penyalur yang penting untuk menyalurkan ekspresi identitas sosial, politik ide dan rasa estetika. Fashion sendiri bisa menjadi etalase kecil dari seseorang ke orang lain, karena cara berpakaian merupakan penilaian awal dari seseorang. Saat ini fashion merupakan sebuah kebutuhan, khususnya untuk mereka yang berada dalam kalangan usia remaja, karena fashion bisa memberikan penilaian lebih terhadap seseorang yang mempunyai penampilan luar yang berkesan stylish ataupun fashionable. Perilaku konsumtif seseorang bisa timbul karena melihat produk fashion yang terus berkembang, apalagi mereka yang berada di usia remaja yang mempunyai tampilan atau mode yang selalu ingin tampil stylish membuat fashionya dapat berubah-ubah sesuai dengan apa yang sedang booming saat ini.

Tindakan seperti itu bisa dikatakan dengan perilaku konsumtif karena

seseorang dikatakan konsumtif apabila memkonsumsi atau menggunakan barang bukan atas dasar kebutuhan dan tidak mempertimbangkannya dengan matang, tetapi karena alasan keinginan atau untuk memenuhi hasrat semata. (PUTRA, 2021) Apabila perilaku konsumtif terus-menerus dilakukan, maka akan mengakibatkan pemborosan dan tidak terkontrolnya kondisi keuangan, selain itu akan menyebabkan adanya penumpukan barang karena dilakukan secara berulang-ulang.

Berikut hasil analisa yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumen-dokumen yang di lapangan, yang sudah sesuai dengan teori faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016 pada trend fashion (pakaian), yaitu dengan faktor eksternal dan internal:

Faktor Eksternal :

Faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari diluar dimana yang dimaksud adalah faktor kebudayaan dan keluarga, kedua faktor tersebut berasal dari luar yaitu dari lingkungannya bukan dari psikis atau dalam dirinya.

a. Kebudayaan

Kebudayaan merupakan penentu yang paling dasar keinginan dan perilaku individu, bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Berdasarkan hasil analisa, kebudayaan bisa mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang dari segi fashion pakaiannya yaitu dengan melihat kebudayaan yang ada diluar. Hal tersebut bisa mengakibatkan adanya perilaku konsumtif, apabila budaya yang dari luar bisa masuk kedalam Negeri, begitupun sebaliknya, tetapi faktor kebudayaan berpengaruh kecil yaitu hanya 3 informan atau sebesar 30% yang menyatakan bahwa kebudayaan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, karena sebagian besar lebih menyukai trend fashion yang ada di dalam Negeri, karena kadang tak jarang trend yang ada diluar Negeri bisa sejalan dengan trend fashion yang sedang berkembang di dalam Negeri.

Meskipun tidak bisa dipungkiri bahwa kebudayaan mengenai hal fashion (pakaian) juga sangat berkembang diluar seperti Korean style fashion, tetapi banyak juga fashion dari kebudayaan Negeri Jiran yang tidak terlalu fashionable sehingga membuat mahasiswa lebih menyukai trend fashion yang ada didalam Negeri, meski kadang trend fashion dari korea banyak diganderungi oleh remaja saat ini, dan tidak dipungkiri digemari oleh informan juga. Oleh karena itu faktor kebudayaan tidak terlalu besar pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hal ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yaitu kebudayaan, dimana seorang anak yang dibesarkan di Amerika akan terbuka pada nilai-nilai prestasi dan keberhasilan, kegiatan efisiensi dan kepraktisan, kemajuan, kenyamanan diluar, kemanusiaan dan jiwa muda.

b. Keluarga

Keluarga merupakan acuan utama dalam kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier, karena keluarga adalah komponen pertama yang dapat dilihat atau ditiru perilakunya. Keluarga merupakan unit yang sangat

penting dalam berperilaku dalam membeli suatu produk, karena keluarga

sendiri memberi pengaruh untuk banyak konsumsi. Berdasarkan hasil dilapangan, pengaruh keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswi dalam membeli produk fashion (pakaian) sangat kecil, karena dalam keluarga lebih memilih membeli kebutuhan pokok, dari pada keinginanya. Meskipun tak jarang juga ada keluarga yang sangat memperhatikan tampilan luar atau fashion stylenya berusaha membeli produk fashion pakaian secara berlebihan agar terlihat sebagai keluarga yang menjadi center trend fashion.

Berdasarkan hasil penelitian, keluarga tidak memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumtif informan dalam membeli pakaian, karena hanya 3 informan atau sebesar 30% yang menyatakan bahwa keluarganya sangat mempengaruhinya dalam membeli produk fashion (pakaian), karena memiliki keluarga yang gemar akan fashion tetapi tidak diberikan pesangon khusus untuk membeli produk fashion yang diinginkannya, selain itu informan yang lain tidak terlahir dari keluarga yang terlalu gemar akan fashion yang sedang booming dan lebih memilih mementingkan kebutuhan terdahulu dari sekedar terlihat menarik untuk penampilan luarnya.

Dijelaskan pada teori, keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen, yang paling penting dalam masyarakat. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan yang primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orang tua dan saudara kandung, dari orang tua individu mendapatkan pelajaran, mengenai agama, politik dan ekonomi, penting dalam berperilaku dalam membeli suatu produk, karena keluarga sendiri memberi pengaruh untuk banyak konsumsi.⁷⁹ Berdasarkan hasil dilapangan, pengaruh keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswi dalam membeli produk fashion (pakaian) sangat kecil, karena dalam keluarga lebih memilih membeli kebutuhan pokok, dari pada keinginanya. Meskipun tak jarang juga ada keluarga yang sangat memperhatikan tampilan luar atau fashion stylenya berusaha membeli produk fashion pakaian secara berlebihan agar terlihat sebagai keluarga yang menjadi center trend fashion.

Berdasarkan hasil penelitian, keluarga tidak memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumtif informan dalam membeli pakaian, karena hanya 3 informan atau sebesar 30% yang menyatakan bahwa keluarganya sangat mempengaruhinya dalam membeli produk fashion (pakaian), karena memiliki keluarga yang gemar akan fashion tetapi tidak diberikan pesangon khusus untuk membeli produk fashion yang diinginkannya, selain itu informan yang lain tidak terlahir dari keluarga yang terlalu gemar akan fashion yang sedang booming dan lebih memilih mementingkan kebutuhan terdahulu dari sekedar terlihat menarik untuk penampilan luarnya.

Dijelaskan pada teori, keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen, yang paling penting dalam masyarakat. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan yang primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orang tua dan saudara kandung, dari orang tua individu mendapatkan pelajaran, mengenai agama, politik dan ekonomi, begitu juga dengan perilaku konsumennya, apabila dari keluarga yang tidak gemar berkonsumsi maka akan mempengaruhinya, teori ini sesuai dengan pengaruh keluarga yang tidak terlalu besar terhadap perilaku konsumtif dalam hal fashion.

B. Analisis Faktor Internal yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2016 UIN Mataram pada Trend Fashion (Pakaian)

Faktor Internal :

a. Faktor Pribadi

1. Motivasi

Teori motivasi Maslow, menjelaskan mengapa seseorang didorong oleh kebutuhan tertentu pada saat-saat tertentu. Jika motivasi tinggi untuk membeli sebuah produk barang atau jasa, maka seorang akan cenderung membelinya tanpa menggunakan pikiran rasionalnya terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor motivasi muncul karena adanya dorongan dalam diri yang sangat tinggi ketika melihat suatu produk yang diinginkan. dorongan dalam diri atau yang sering disebut motivasi akan sangat mempengaruhinya dalam membeli produk seperti pakaian, karena motivasi itu timbul karena adanya keinginan untuk memiliki suatu yang diinginkan atau baru saja dilihat yang menurutnya menarik atau banyak diminati oleh teman-teman sebanya. Faktor motivasi sangat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli produk fashion (pakaian), semua informan atau sebesar 100% menyatakan setuju bahwa motivasi sangat mempengaruhi mereka, karena motivasi atau dorongan diri mereka sangat tinggi, dan ketika kemauan itu diwujudkan maka akan memberikan kepuasan tersendiri untuk mereka. Maka dari itu faktor motivasi yang sangat berpengaruh besar dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syari'ah angkatan 2016 pada pembelian pakaian yang sesuai dengan trend fashion yang sedang booming pada waktu tertentu. Hal ini sesuai dengan teori motivasi maslow, dimana dia menjelaskan bahwa seseorang didorong oleh kebutuhan tertentu pada saat waktu-waktu tertentu juga.

2. Sikap pendirian dan kepercayaan

Sikap pendirian dan kepercayaan adalah proses bertindak dan belajar seseorang untuk memperoleh suatu kepercayaan dan pendirian. Dengan Sikap pendirian dan kepercayaan tinggi seseorang tidak bisa membuat seseorang melakukan perilaku konsumtif, tetapi lain halnya jika sikap dan kepercayaan diri rendah yang dimiliki seseorang dan bisa berubah-ubah sesuai apa yang dilihat, maka akan cepat membuatnya tergerus oleh perkembangan zaman, contohnya seperti gaya pakaian yang cepat berubah sesuai perkembangan zaman. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, sikap pendirian dan kepercayaan berpengaruh kecil dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli produk fashion, karena sebagian besar dari mereka lebih memilih tetap dengan pendirian dan percaya diri dengan fashion yang dikenakan, dan tidak terlalu cepat tergerus oleh mode fashion, tetapi ada juga yang langsung mengikuti trend fashion yang sedang booming saat ini, sikap dan kepercayaan diri seseorang berpengaruh kecil, karena hanya 3 Informan atau sebesar 30% yang menyatakan bahwa mereka akan cepat tergerus oleh

zaman karena selalu mengikuti trend pada masa ini, apalagi dalam hal fashion pakaiannya.

Hal ini sesuai dengan teori sikap pendirian dan kepercayaan memiliki karakteristik yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya yaitu percaya diri yang tinggi atas suatu produk fashion.

b. Faktor Pribadi

1. Usia

Usia dapat menyebabkan seseorang cenderung berperilaku konsumtif, seperti usia remaja. Usia bisa sangat mempengaruhi perilaku seseorang, apalagi dalam gaya berpakaian, usia remaja sangat gemar dengan fashion karena ingin memiliki nilai plus dimata teman sebayanya atau dikalangannya. Berdasarkan hasil penelitian, jenjang usia yang berpengaruh besar dalam mempengaruhi mahasiswa dalam membeli produk fashion (pakaian) yaitu remaja, dimana mereka selalu ingin tampil sebagai trend center dikalangannya, apalagi dalam urusan penampilan luar, usia remaja berlomba-lomba ingin dilihat lebih menarik dan lebih baik lagi dalam hal fashion kesehariannya. Usia dari para informan berkisar sekitar 21-22 tahun dan usia tersebut bisa dikatakan remaja, karena perilaku mereka yang masih labil dalam memilih kebutuhan atau keinginan yang lebih dulu diutamakan. Faktor usia berpengaruh besar dalam mempengaruhi perilaku konsumtif para informan, meski ada 2 informan atau sebesar 20% yang mengatakan bahwa faktor usia tidak terlalu mempengaruhinya untuk berperilaku konsumtif untuk pembelian fashion (pakaian) yang sedang trending, karena lebih mementingkan kebutuhan primer dari sekunder ataupun tersier.

Hal ini sesuai dengan teori Kotler pada faktor pribadi, dimana orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli, selama masa hidupnya. Selera makan, pakaian, perabotan dan rekreasi sering sekali berhubungan dengan umur.

2. Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan faktor utama pembeda antara kebutuhan serta keinginan yang ada pada laki-laki dan perempuan. Jenis kelamin juga bisa sangat mempengaruhi kebutuhan seseorang. Perempuan lebih dominan menyukai fashion dibandingkan laki-laki.

Berdasarkan hasil penelitian analisa, perempuan lebih identik dengan shopping atau berbelanja terutama dalam soal pakaian, tidak seperti laki-laki yang tidak terlalu mementingkan fashionya, tetapi meskipun perempuan identik dengan shopping terutama dengan fashion pakaiannya namun mereka selalu merasa tidak mempunyai pakaian meski sudah memiliki banyak, oleh sebab itu perempuan sangat suka membeli pakaian apalagi pakaian yang baru muncul sesuai dengan selernya, dan selernya bisa berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman terhadap trend fashion itu sendiri. Faktor jenis kelamin berpengaruh besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa hampir

sama dengan faktor psikologis yaitu motivasi karena sudah jelas perempuan sangat menyukai yang namanya pakaian, dan selalu ingin tampil menarik dengan gaya fashion mereka, meskipun ada sebagian kecil yang tidak terlalu mempermasalahkan jenis kelamin dalam mempengaruhi perilaku konsumtifnya yaitu hanya 1 informan atau sebesar 10%.

Hal ini sesuai dengan teori Kotler dimana jenis kelamin mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, karena perempuan memiliki keinginan yang tiada batas dibandingkan dengan laki-laki.

c. Gaya hidup

Gaya hidup berarti bagaimana seseorang menghabiskan uang dan waktunya agar bisa memberikan kesenangan dan kebahagiaan dalam dirinya. Setiap orang menghabiskan uang dan waktunya dengan cara yang berbeda-beda, ada yang memilih menghabiskan dengan cara berlibur, makan, dan berbelanja.

Berdasarkan hasil penelitian, gaya hidup juga berpengaruh besar terhadap perilaku konsumtif yaitu sebesar 80% atau 8 informan menyatakan gaya hidup mempengaruhinya dalam berperilaku konsumtif pada pembelian pakaian yang sedang trend, karena lebih banyak dari mahasiswi lebih menyukai menghabiskan uang dan waktunya dengan cara berbelanja fashion pakaian yang sedang trend, apalagi fashion terbaru tersebut sesuai dengan criteria fashionernya. Tetapi 2 informan atau sebesar 20% yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak mempengaruhi mereka untuk berperilaku konsumtif dalam pembelian pakaian yang sedang trending karena informan tersebut lebih menggunakan uang dan waktunya untuk berbelanja makanan dan ada juga yang lebih memilih untuk menabungnya dari pada menghabiskannya sia-sia hanya untuk membeli pakaian.

Hal ini sesuai dengan perilaku konsumen, dimana gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan "seseorang secara keseluruhan" yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

Dalam Islam, cara dalam mengakali perilaku konsumtif yaitu dengan cara memenuhi kebutuhan terdahulu baik jasmani maupun rohani. Islam merupakan agama yang mengatur segenap perilaku manusia termasuk mengenai perilaku konsumsi. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan dan kemewahan yang diperbolehkan asal tidak berlebihan, yakni tidak melampaui batas kemampuan atau kebutuhan. Berkaitan dengan perilaku konsumtif diatas islam mengajarkan bagaimana cara mengkonsumsi yang baik. Dalam agama Islam, setiap manusia yang berperilaku konsumtif sudah diperingatkan didalam Al-Qur'an supaya penghasilan atau harta yang dimiliki dibelanjakan sesuai dengan kebutuhan atau aturan syara' untuk tidak berlebihan dan juga tidak kikir.

KESIMPULAN

Prilaku konsumtif adalah sikap atau cara seseorang dalam menggunakan atau memakai sesuatu barang atau jasa secara berlebihan, dan tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu demi mendapatkan kepuasan dan kesenangan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram angkatan 2016 produk fashion (pakaian) adalah dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yaitu, faktor eksternal dan internal.

BIBLIOGRAFI

- A'yun, Ariza Qurrota. (2019). *Gaya hidup mahasiswa pengguna Online Shop: studi pada mahasiswa PGSD Unusa*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Firnaya, Atika. (2018). *Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas X Universitas Bhayangkara Jakarta Raya*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Hermansyah, Arif, Gumelar, Rangga G., & Nurjuman, Husnan. (2019). *PENGELOLAAN KESAN SELEBGRAM DALAM MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Selebgram Lokal dikota Cilegon)*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Insani, Laela Nur. (2017). *Perlaku Konsumtif Mahasiswa di Kampus II Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Khoirunnas, Khoirunnas, & Hidir, Achmad. (2017). *Pola konsumtif mahasiswa di Kota Pekanbaru*. Riau University.
- Kurniawan, Chandra. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4).
- Ni Kadek, Yuni Diantari. (2021). Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar (Fast Fashion as a Generation Z Lifestyle in Denpasar). *Seminar Nasional Desain–SANDI*, 1.
- Nizar, Yasyva Agfa. (2019). *Hegemoni Brand Image Fashion dalam membentuk perilaku Konsumtif pada mahasiswa: studi di UIN Sunan Ampel Surabaya dan Universitas Negeri Surabaya*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- PUTRA, RENO AUGUSTA SETYAWAN. (2021). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (Studi Pada Almer Apparel Di Yogyakarta)*.
- Rahardjo, Wahyu. (2007). Kebahagiaan sebagai suatu proses pembelajaran. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 12(2), 127–137.
- Rosakusuma, Ulfatihar. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016 UIN Mataram pada trend fashion (pakaian)*. UIN Mataram.
- Sari, Dian Novita. (2018). *Pengaruh Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wanita Butik Ria Miranda Cabang Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Solihat, Ai Nur, & Arnasik, Syamsudin. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 1–13.
- Suminar, Eva, & Meiyuntari, Tatik. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02).
- Yolanda, Hasri. (2020). *PENGARUH TREND FASHION DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIMAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Khayla Boutique Di Kota Duri)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.