

MODERASI LINGKUNGAN ISLAMI PADA SIKAP HEDONISME DAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI ZILENIAL (STUDI PADA MASYARAKAT MUSLIM KECAMATAN ULAWENG)

Firda Amreni^{1a}, Aksi Hamzah^{2b}, Shadriyah^{3c}

¹²³Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institusi Agama Islam Negeri Bone, Bone/Sulawesi Selatan, Indonesia
firdaamreni@gmail.com^a, aksihamzah@gmail.com^b, ummy.shadriyah@gmail.com^c

INFO ARTIKEL:

Dikumpulkan: 06 Mei 2024

Diterima: 14 Mei 2024;

Terbit/Dicetak: 30 Mei 2024

ABSTRACT

The Zillennial generation, born during a period of rapid technological advancement, is navigating an increasingly complex social environment where hedonism and peer conformity significantly influence their consumptive behaviors. Additionally, the Islamic environment plays a notable role in shaping these behaviors. This study aims to explore how the Islamic environment moderates the effects of hedonism and peer conformity on the consumptive behavior of the Zillennial generation in Ulaweng District. The research sample consisted of 120 individuals. This field study employs a quantitative approach. The findings reveal a significant impact of both hedonism and peer conformity on the consumptive behavior of the Zillennial generation in Ulaweng District. However, the Islamic environment does not moderate the relationship between hedonistic attitudes and consumptive behavior. Conversely, the Islamic environment does moderate the influence of peer conformity on the consumptive behavior of the Zillennial generation.

Keywords: : Zillennial Generation, Hedonism, Peer Conformity, Consumptive Behavior, Islamic Environment.

ABSTRAK

Generasi zilenial dapat dikatakan dilahirkan dalam era teknologi yang berkembang pesat, dan Dalam konteks sosial yang semakin kompleks ini, sikap hedonisme dan konformitas terhadap teman sebaya menjadi faktor lain yang memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif generasi zilenial. Selain itu, lingkungan islami, juga memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana lingkungan islami itu apakah dapat memoderasi sikap hedonisme dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi zilenial yang ada di Kecamatan Ulaweng. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 orang. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, pendekatan dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara sikap hedonisme dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi zilenial di Kecamatan Ulaweng. Sedangkan lingkungan islami belum memoderasi hubungan antara sikap hedonisme terhadap perilaku konsumtif generasi zilenial. Dan lingkungan islami memoderasi hubungan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi zilenial.

Kata Kunci : Generasi Zilenial, Sikap Hedonisme, Konformitas Teman Sebaya, Perilaku Konsumtif, Lingkungan Islami.



Volume 20. Number 2,

May 2024, pp. 69-77

<http://doi.org/10.23960/jbm.v20i2.2736>

Corresponding author:

Firda Amreni

Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri
Bone, Indonesia

Email: firdaamreni@gmail.com

PENDAHULUAN

Gabungan dari generasi zilenial yang merupakan kelahiran tahun 1997-2012 dengan generasi milenial kelahiran tahun 1981-1996, telah menjadi salah satu kelompok masyarakat yang paling berpengaruh dalam dunia konsumsi saat ini, tumbuh dalam era digital dengan akses mudah ke berbagai produk dan layanan. Kemajuan teknologi telah meresap ke dalam kehidupan sehari-hari, memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat. Globalisasi mempercepat kemajuan dalam berbagai bidang, memudahkan masyarakat dalam beraktivitas dan berkonsumsi (Anggraini dan Shantoso, 2017). Data dari BPS menunjukkan peningkatan pengeluaran perkapita masyarakat Indonesia, menandakan tingginya tingkat konsumsi (Statistik, 2023).

Generasi zilenial lahir dalam era teknologi yang berkembang pesat, memiliki kepribadian yang terbuka terhadap perubahan dan adaptif terhadap teknologi (Safitri, 2018). Namun, mereka rentan terhadap perilaku konsumtif, terutama dalam hal penggunaan teknologi dan gaya hidup hedonis (Pramesti, 2019). Konformitas terhadap teman sebaya juga memengaruhi perilaku konsumtif mereka, dimana teman sebaya berperan dalam menentukan preferensi dan keputusan konsumsi (Safitri, 2018).

Dalam konteks lingkungan islami, prinsip-prinsip agama memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Islam mengajarkan nilai-nilai kesederhanaan dan pengendalian diri (Ag, 2018). Dengan itu perlu diketahui apakah moderasi lingkungan islami dapat memoderasi pengaruh hedonisme dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi zilenial.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana moderasi lingkungan islami memengaruhi sikap hedonisme dan konformitas terhadap teman sebaya dalam konteks perilaku konsumtif generasi zilenial. Harapannya, penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan strategi pendidikan dan pengembangan diri yang lebih sesuai dengan nilai-nilai agama bagi generasi zilenial, serta mendorong perilaku konsumtif yang lebih berkelanjutan.

KAJIAN LITERATUR

Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*)

Azwar dalam Suri dkk. Secara sederhana teori tindakan beralasan menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh bagaimana individu memandang konsekuensi positifnya dan keyakinan bahwa orang lain juga menginginkannya.. Teori ini menekankan bahwa keputusan didasarkan pada pertimbangan rasional dan berfokus pada tiga aspek utama. Pertama, perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap situasi spesifik, bukan sikap umum. Kedua, perilaku dipengaruhi oleh norma-norma subjektif, yaitu keyakinan tentang harapan orang lain. Ketiga, keinginan untuk melakukan perilaku tertentu terbentuk dari gabungan pandangan terhadap perilaku itu sendiri dan pandangan subjektif tentang norma-norma yang berlaku. (Amilia et al., 2018). Menurut Ajzen teori ini menyatakan bahwa pelaksanaan suatu perilaku dipengaruhi oleh niat individu. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu pandangan terhadap perilaku berdasarkan keyakinan, dan persepsi subjektif tentang norma yang ada. (Amilia et al., 2018).

Fishbein dan Ajzen menjelaskan bahwa Teori Tindakan Beralasan dikembangkan untuk menguji hubungan antara sikap dan perilaku. Teori ini memiliki dua konsep utama, yaitu "prinsip-prinsip kompatibilitas" dan "intensi perilaku." Prinsip kompatibilitas menekankan pentingnya mengevaluasi sikap khusus yang relevan dengan konteks, waktu, dan target untuk memprediksi perilaku tertentu. Intensi perilaku mengacu pada keinginan untuk melakukan tindakan yang dipengaruhi oleh sikap. Fishbein dan Ajzen juga menyatakan bahwa intensi untuk bertindak mencerminkan sejauh mana individu ingin berinvestasi dalam tindakan tersebut, dengan komitmen yang lebih besar menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk melakukan tindakan tersebut. Sikap dan norma subjektif memainkan peran penting dalam mempengaruhi keinginan individu untuk berperilaku (Mahyarni, 2005).

Lingkungan Islami

Secara psikologis, lingkungan mencakup berbagai stimulus yang diterima individu sepanjang hidupnya, mulai dari konsepsi hingga kematian. Ini termasuk sifat-sifat genetik, interaksi genetik, keinginan, perasaan, tujuan, minat, kebutuhan, emosi, dan kapasitas intelektual. Dari perspektif sosio-kultural, lingkungan mencakup stimulus, interaksi, dan kondisi eksternal yang berkaitan dengan tindakan dan karya orang lain. Ini mencakup pola hidup keluarga, pergaulan kelompok, pola hidup masyarakat, pendidikan, belajar, pengajaran, bimbingan, dan penyuluhan (Handayani, 2017). Pengertian Islami sendiri merujuk pada sikap dan perilaku yang taat dalam melaksanakan syariat Islam yang mengikuti ajaran Ahl al-Sunnah Wal al-Jamaah (Wahyuningtiyas, 2019). Berdasarkan penjelasan tersebut, lingkungan islami dapat disimpulkan sebagai suatu lingkungan yang memiliki karakteristik keislaman yang mendukung terwujudnya kehidupan Islam yang baik.

Sikap Hedonisme

Azwar mengemukakan bahwa istilah "sikap" pertama kali diperkenalkan oleh Spencer pada tahun 1862, yang saat itu diartikan sebagai "status mental seseorang." Istilah ini kemudian semakin populer di kalangan ahli Psikologi Sosial dan Psikologi Pendidikan. Berkowitz mengumpulkan 30 definisi sikap, yang dibagi ke dalam tiga kategori pemikiran. Pertama, sikap dipandang sebagai evaluasi atau reaksi perasaan terhadap suatu objek, sebagaimana disimpulkan oleh Wortman dan rekan-rekannya. Kedua, sikap dipahami sebagai kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara tertentu, menurut para ahli seperti Chave, Bogardus, dan lainnya. Alen, Guy, dan Edgley

mendefinisikan sikap sebagai pola perilaku atau kecenderungan untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial. Ketiga, ada pandangan yang menekankan konstelasi komponen kognitif, afektif, dan konatif dalam memahami, merasakan, dan berperilaku terhadap suatu objek, sebagaimana diungkapkan oleh kerangka pemikiran tradisional (Syamaun, 2019).

Hedonisme, berasal dari bahasa Yunani "Hedone" yang berarti kesenangan atau kenikmatan, adalah keyakinan bahwa kesenangan adalah tujuan utama dalam hidup. Dalam bahasa Arab, dikenal sebagai "Madzhab Al Mut'ah" atau "Madzhab Al Ladzzdzah." Mirza menggambarkan hedonisme sebagai pandangan hidup yang menekankan pencarian kebahagiaan sebanyak mungkin. Chapra menyatakan bahwa hedonisme menekankan pemenuhan kepentingan diri sendiri dan maksimalisasi kekayaan serta kesenangan jasmaniah. Islam menolak sikap materialisme, hedonisme, dan konsumerisme karena bertentangan dengan konsep kesederhanaan yang diinginkan Islam, yang tercermin dalam larangan boros dan kikir (Fitria & Prastiwi, 2020). Ada dua faktor penyebab perpindahan hedonisme: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, seperti keinginan manusia untuk bersenang-senang dan sifat tidak pernah puas, merupakan penyebab utama. Faktor eksternal, terutama arus informasi globalisasi, juga berperan dalam memperkuat hedonisme dengan adopsi kebiasaan dan nilai-nilai dari luar negeri (Ismail, 2020).

Konformitas Teman Sebaya

Menurut Endang konformitas adalah perubahan perilaku individu yang terjadi akibat tekanan kelompok, di mana hal ini tidak hanya melibatkan peniruan perilaku orang lain, tetapi juga dipengaruhi oleh tindakan orang lain (Pratiwi, 2023). John menjelaskan bahwa konformitas adalah penyesuaian diri seseorang dalam sebuah kelompok karena dorongan untuk mengikuti norma dan nilai yang ada (Umam, 2021). Myers juga menyatakan bahwa konformitas merupakan perubahan perilaku sebagai akibat dari tekanan kelompok, bukan hanya sekadar meniru orang lain, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana orang lain berperilaku (Suminar & Meiyuntari, 2016).

Menurut Damsar, teman sebaya adalah kelompok individu yang memiliki kesamaan usia, hobi, atau kebiasaan lainnya. Ivor Morrish menjelaskan bahwa teman sebaya adalah individu yang setara, dan kelompok teman sebaya terdiri dari individu yang memiliki status setara pula. Ini menunjukkan bahwa teman sebaya adalah kelompok dengan anggota yang memiliki kesamaan atau kemiripan tertentu. Dari kelompok teman sebaya ini, tercipta cita-cita yang memberikan arti bagi kelompok tersebut. Teman sebaya, atau peer group, adalah kelompok yang terikat oleh kesamaan usia, hobi, status sosial, atau minat, yang cenderung membentuk persahabatan berdasarkan konformitas. Lingkungan teman sebaya yang memberikan dukungan dalam belajar dan dampak positif dapat meningkatkan prestasi belajar siswa, sedangkan lingkungan teman sebaya yang negatif dapat menurunkan prestasi belajar karena siswa lebih terfokus pada kegiatan sosial daripada belajar (Lestari, 2021).

Menurut Myers konformitas memiliki dua jenis: *compliance* dan *acceptance*. *Compliance* terjadi saat individu bertindak sesuai dengan tekanan sosial tetapi tidak setuju secara pribadi. Ini disebabkan oleh pengaruh sosial normatif. Sementara itu, *acceptance* adalah ketika individu bertindak dan mempercayai tekanan sosial tersebut. Hal ini terjadi karena pengaruh sosial informasional, di mana individu mencari informasi dari orang lain untuk membentuk persepsi yang benar tentang dunia sosial (Harisah, 2010). Menurut Baron dan Bryne faktor-faktor yang memengaruhi konformitas seseorang mencakup kohesivitas (tingkat ketertarikan individu terhadap kelompok), ukuran kelompok, jenis norma sosial (deskriptif atau injuktif), dan kelompok acuan yang memengaruhi sikap, opini, dan perilaku konsumen (Pratiwi, 2023).

Perilaku Konsumtif

Sumartono perilaku konsumtif adalah tindakan yang tidak lagi berdasarkan pertimbangan rasional, melainkan dipengaruhi oleh dorongan keinginan yang sudah tidak rasional. Wahyudi juga menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang materialistik, didorong oleh keinginan untuk memiliki barang mewah secara berlebihan (Lestari, 2021). Hamilton et al. menyebutnya sebagai *wasteful consumption*, di mana konsumen membeli barang atau jasa yang tidak berguna atau melebihi kebutuhan yang sebenarnya. Fromm menggambarkan perilaku konsumtif sebagai dorongan yang terus meningkat untuk membeli barang baru, lebih banyak, dan lebih mahal untuk menunjukkan status sosial, prestise, dan kekayaan, tanpa memperhatikan kegunaan barang tersebut. Dengan demikian, perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai kecenderungan untuk mengonsumsi barang dan jasa yang mahal secara berlebihan demi mendapatkan kepuasan dan menunjukkan status sosial serta kekayaan (Suminar & Meiyuntari, 2016).

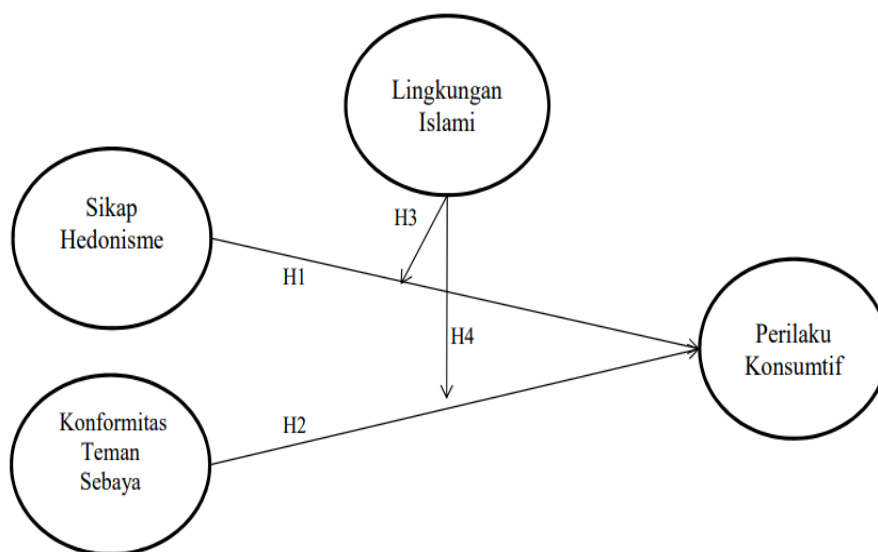
Perilaku konsumtif mengacu pada dorongan untuk mengonsumsi barang-barang yang tidak diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Menurut Tambunan dalam Ainun, perilaku konsumtif

memiliki dua aspek mendasar: keinginan untuk mengonsumsi secara berlebihan demi mencapai kepuasan semata. Sumartono dalam Ainun menyatakan bahwa konsep perilaku konsumtif sangat bervariasi, namun pada dasarnya melibatkan pembelian barang atau jasa tanpa pertimbangan rasional atau berdasarkan kebutuhan. Secara operasional, indikator perilaku konsumtif termasuk pembelian produk karena hadiahnya, kemasannya yang menarik, untuk menjaga penampilan dan gengsi, atau hanya karena pertimbangan harga dan status sosial (Mardiah, 2019).

Menurut Sumartono dalam Rahima dan Cahyadi (2022), perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor utama. Pertama, faktor internal, meliputi motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian, dan konsep diri individu. Motivasi berperan sebagai dorongan untuk memenuhi kebutuhan, sedangkan rendahnya harga diri membuat individu lebih mudah dipengaruhi. Observasi terjadi ketika individu belajar dari perilaku orang lain, sementara proses belajar mengubah sikap dan perilaku berdasarkan pengalaman dan pengetahuan. Kepribadian dan konsep diri juga memengaruhi bagaimana individu berperilaku dalam membeli barang dan jasa. Kedua, faktor eksternal, termasuk budaya, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi, serta keluarga. Budaya mencakup nilai, ide, dan simbol yang membentuk komunikasi dan evaluasi dalam masyarakat. Kelas sosial membagi individu berdasarkan nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelompok sosial dan referensi menjadi tempat individu berinteraksi dan belajar satu sama lain. Sementara itu, keluarga memainkan peran besar dalam membentuk sikap dan perilaku konsumtif karena merupakan tempat pertama dan terlama di mana individu belajar tentang pemenuhan kebutuhan dan pengeluaran (Rahima & Cahyadi, 2022).

Dalam Islam, perilaku konsumsi dibagi menjadi dua jenis: kebutuhan (*need*) yang penting untuk keberlangsungan hidup dan keinginan (*want*) yang hanya untuk memenuhi kepuasan semata. Perilaku konsumsi kebutuhan disebut juga hajat, yang dilakukan secara wajar dan dapat memberikan manfaat serta pahala. Sedangkan perilaku konsumsi keinginan, disebut syahwat, cenderung berlebihan, mubazir, dan boros karena bertujuan hanya untuk memuaskan hasrat semata (Yuliawan & Subakti, 2022). Selanjutnya kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada gambar 1. Hipotesis penelitian dikembangkan sebagai berikut:

1. H_0 : Tidak ada pengaruh sikap hedonisme terhadap perilaku konsumtif generasi milenial
 H_1 : Terdapat pengaruh sikap hedonisme terhadap perilaku konsumtif generasi milenial
2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi milenial
 H_2 : Terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi milenial
3. H_0 : Lingkungan islami tidak memoderasi sikap hedonisme terhadap perilaku konsumtif generasi milenial
 H_3 : Lingkungan islami memoderasi sikap hedonimse terhadap perilaku konsumtif generasi milenial
4. H_0 : Lingkungan islami tidak memoderasi konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi milenial
 H_4 : Lingkungan islami memoderasi konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi milenial



Gambar 1. Kerangka Pikir

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik simple random sampling. Populasi yang diteliti adalah masyarakat muslim milenial, yaitu individu

yang lahir antara tahun 1997-2012 atau yang saat ini berusia 11-26 tahun, di Kecamatan Ulaweng, Kabupaten Bone. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rasio 1:5, yang dikenal sebagai rumus Hair et al (2017), di mana jumlah indikator atau pertanyaan dikalikan dengan 5, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 120 responden, yang merupakan hasil dari 5 kali 24 indikator atau pertanyaan.

Pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dilakukan melalui kuisisioner dan studi dokumentasi. Jenis angket atau kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup atau terstruktur (*Closed Questionnaire*), yang berarti bahwa alternatif jawabannya sudah disediakan menggunakan skala Likert. Pengumpulan data melalui kuisisioner dilakukan dengan dua metode, yaitu melalui *Google Form* dan penyebaran langsung menggunakan lembaran kuisisioner yang telah dicetak. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat analisis berupa aplikasi Smart-PLS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini sebagaimana yang disajikan pada tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan presentase sebesar 62,5%, sementara laki laki sebesar 37,5%. Hal ini menunjukkan bahwa sampel responden didominasi oleh perempuan. Sementara itu dari segi umur, sebagian responden berusia 11-18 Tahun dengan presentase sebanyak 42,5% dan sebagian lagi responden berusia 19-26 tahun dengan presentase sebesar 57,5%. Kemudian untuk uang jajan/gaji/pendapatan didominasi oleh mereka yang uang jajan/saku perbulannya kurang dari Rp. 500.000 dengan presentase sebesar 68,33%, diikuti Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 dengan presentase sebesar 21,67%, kemudian Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebesar 5,83%, dan lebih dari Rp. 2.000.000 sebesar 4,17%. Selanjutnya dari alamat, Desa Cani Sirenreng merupakan daerah asal responden terbanyak dengan presentase sebesar 46,67%, disusul desa Timusu sebesar 19,17%, Desa Tadang Palie 9,17%, dan selebihnya ada Kelurahan Cinnong, Desa Galung, Desa Jompie, Lilina Ajangale, Manurunge, Mula Menree, Pallawa Rukka, Sappewalie, dan Ulaweng Cinnong. Sementara terdapat 3 desa yang tidak terdapat kontribusi responden yaitu Desa Lamakkaraseng, Desa Tea Malala, dan Desa Tea Musu. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini sebagaimana yang di sajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Kriteria/Kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	45	37,5%
Perempuan	75	62,5%
Jumlah	120	100%
Usia		
11 - 18 Tahun	51	42,5%
19 - 26 Tahun	69	57,5%
Jumlah	120	100%
Pendapatan/Uang Saku		
Kurang dari Rp. 500.000	82	68,33%
Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	26	21,67%
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	7	5,83%
Lebih dari Rp. 2.000.000	5	4,17%
Jumlah	120	100%
Kelurahan/Desa		
Cani Sirenreng	56	46,67%
Cinnong	1	0,83%
Galung	3	2,5%
Jompie	2	1,67%
Lamakkaraseng	0	0%
Lilina Ajangale	3	2,5%
Manurunge	5	4,17%
Mula Menree	3	2,5%
Pallawa Rukka	4	3,33%
Sappewalie	5	4,17%
Tadang Palie	11	9,17%
Tea Malala	0	0%
Tea Musu	0	0%
Timusu	23	19,17%
Ulaweng Cinnong	4	3,33%
Jumlah	120	100%

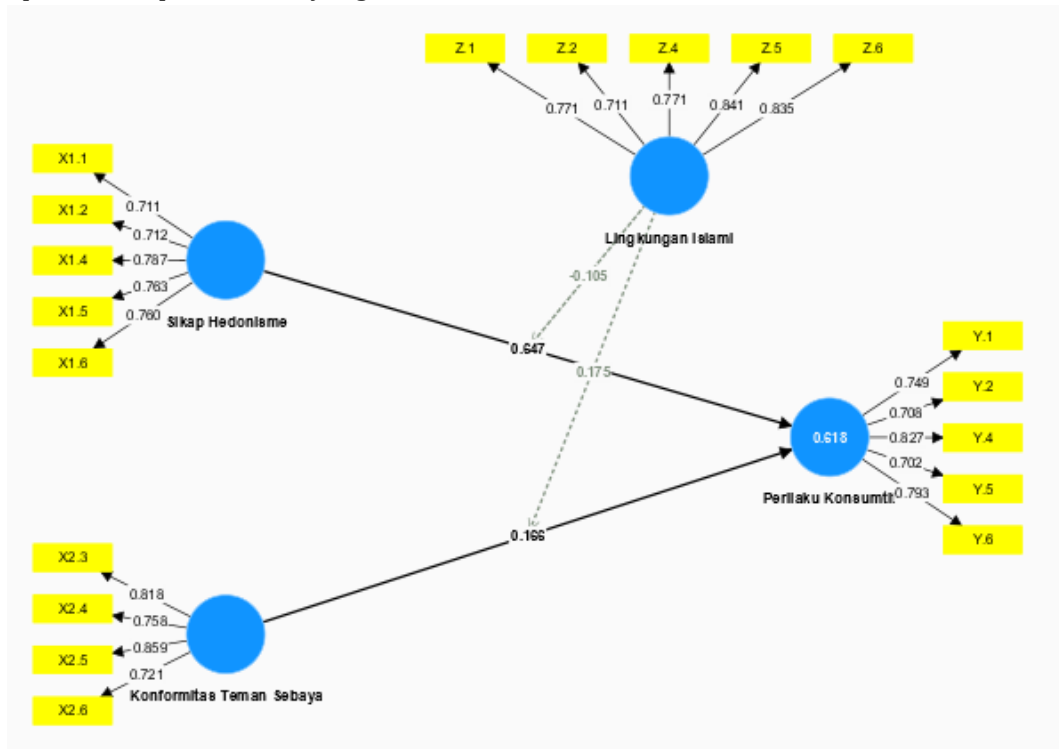
Sumber: Data Primer (angket) diolah, 2024

Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel yang dimaksud disini adalah deskripsi jawaban responden melalui variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Deskripsinya menunjukkan bahwa mayoritas responden yang dijadikan sebagai sampel menyatakan jawaban sangat tidak setuju (19.17%), tidak setuju (31.80%), netral (22.64%), setuju (19.03%), dan sangat setuju (7.36%) pada sikap hedonisme. pada variabel konformitas teman sebaya menyatakan jawaban sangat tidak setuju (15.28%), tidak setuju (27.78%), netral (23.75%), setuju (25%), dan sangat setuju (8.19%). Kemudian pada variabel perilaku konsumtif menyatakan jawaban sangat tidak setuju (10.28%), tidak setuju (28.89%), netral (22.36%). Setuju (26.94%), dan sangat setuju (11.53%). Dan pada variabel lingkungan islami menyatakan jawaban sangat tidak setuju (0.69%), tidak setuju (4.44%), netral (21.53%), setuju (48.47%) dan sangat setuju (24.86%).

Outer Model – Evaluasi Model Pengukuran

Gambar 2 menunjukka Outer Model atau model pengukuran. Pada gambar terlihat terdapat beberapa indikator yang dieliminasi karena memiliki nilai loading factor sebesar <0,5. Karena nilai loading factor dibawah < 0,5 maka dianggap belum mampu menjelaskan variabel dari indikator tersebut sehingga tidak dapat diikuti pada olah data. Adapun beberapa indikator yang dieliminasi tersebut adalah X1.3, X2.1, X2.2, Y.3, dan Z.3.



Gambar 2. Output Pls Logarithm

Uji Validitas dan Reliabilitas

Nilai AVE pada setiap variabel yang ditampilkan dalam Tabel 2 lebih besar dari 0,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pengukuran untuk setiap variabel laten telah mencapai validitas konvergen. Nilai reliabilitas alpha dan komposit Cronbach juga lebih besar dari 0,7, menunjukkan bahwa setiap elemen pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner telah terbukti reliabel.

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Sikap Hedonisme	0.802	0.804	0.863	0.558
Konformitas Teman Sebaya	0.803	0.844	0.869	0.625
Perilaku Konsumtif	0.814	0.827	0.870	0.574
Lingkungan Islami	0.849	0.866	0.89	0.620

Uji Validitas Diskriminan - Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Validitas diskriminan merupakan sejauh mana sebuah konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya, menegaskan keunikan konstruk tersebut. Kriteria pengukuran terbaru yang banyak digunakan dalam penelitian internasional saat ini adalah dengan mengevaluasi nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Jika nilai HTMT < 0,90, maka validitas diskriminan suatu konstruk dianggap baik.

Tabel 3. Uji HTMT

Variabel	Konformitas Teman Sebaya	Lingkungan Islami	Perilaku Konsumtif	Sikap Hedonisme
Konformitas Teman Sebaya				
Lingkungan Islami	0.127			
Perilaku Konsumtif	0.57	0.196		
Sikap Hedonisme	0.643	0.207	0.869	

Inner Model - Evaluasi Model Struktural

Path Coefisient

Dalam penelitian ini, nilai signifikansi garis jalan dihitung dua sisi, dengan level signifikansi 0,05.

Tabel 4. Uji Path Coefisient

Hubungan Antar Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Sikap Hedonisme -> Perilaku Konsumtif	0.574	0.571	0.084	6.826	0.000
Konformitas Teman Sebaya -> Perilaku Konsumtif	0.183	0.186	0.091	2.015	0.044
Lingkungan Islami x Sikap Hedonisme -> Perilaku Konsumtif	-0.129	-0.112	0.096	1.345	0.179
Lingkungan Islami x Konformitas Teman Sebaya -> Perilaku Konsumtif	0.198	0.175	0.098	2.018	0.044

Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 5. Uji R Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
Perilaku Konsumtif	0.531	0.510

Nilai R-Square yang diperoleh dari hasil pengujian Outer Model dengan menggunakan software Smart-PLS for Professional untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y) setelah dilakukan modifikasi adalah sebesar 0,531 (53,1%). Hal ini berarti bahwa variabel Perilaku Konsumtif (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Sikap Hedonisme (X1) dan Konformitas Teman Sebaya (X2) hanya sebesar 53,1%, sedangkan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model yang diajukan dalam skripsi ini. Dengan kata lain, besarnya pengaruh Sikap Hedonisme (X1) dan Konformitas Teman Sebaya (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah 53,1% (kuat).

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis 1

Koefisien parameter jalur yang diperoleh dari hubungan antara Sikap Hedonisme (X1) dengan Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 0,574, nilai T-statistik sebesar 6,826, (> 1,98) dan nilai P-Values = 0,000 (berpengaruh jika $\alpha \leq 0.05$), Penelitian ini mengungkapkan adanya hubungan positif antara Sikap Hedonisme (X1) dan Perilaku Konsumtif (Y), dengan koefisien parameter jalur sebesar 0,574. Analisis statistik menunjukkan nilai T-statistik sebesar 6,826 (>1,98) dan P-Values sebesar 0,000 (<0,05), menegaskan pengaruh statistik dari hubungan tersebut. Temuan ini memperkuat keyakinan bahwa sikap hedonisme memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, dan hasilnya dapat diandalkan dalam konteks populasi yang lebih besar. Koefisien parameter positif menunjukkan bahwa sikap hedonisme memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

b. Uji Hipotesis 2

Koefisien parameter jalur yang diperoleh dari hubungan antara Konformitas Teman Sebaya (X2) dengan Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 0.183, nilai T-statistik sebesar 2.015, ($> 1,98$) dan nilai P-Values = 0,044 (berpengaruh jika $\alpha \leq 0.05$), Penelitian ini mengungkapkan adanya hubungan positif antara Konformitas Teman Sebaya (X2) dan Perilaku Konsumtif (Y), dengan koefisien parameter jalur sebesar 0.183. Analisis statistik menunjukkan nilai T-statistik sebesar 2.015 ($>1,98$) dan P-Values sebesar 0,044 ($<0,05$), menegaskan pengaruh statistik dari hubungan tersebut. Temuan ini memperkuat keyakinan bahwa konformitas teman sebaya memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, dan hasilnya dapat diandalkan dalam konteks populasi yang lebih besar. Koefisien parameter positif menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

c. Uji Hipotesis 3

Koefisien parameter jalur yang diperoleh dari hubungan antara variabel Sikap Hedonisme (X1) dengan Perilaku Konsumtif (Y) yang dimoderasi oleh Lingkungan Islami (Z) adalah sebesar -0.129, nilai T-statistik 1.345 (<1.96), dan nilai P-Values = 0.179 (memiliki pengaruh moderasi jika $\alpha \leq 0.05$). Berdasarkan hasil analisis jalur, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara sikap hedonisme (X1) dan perilaku konsumtif (Y) yang di moderasi oleh lingkungan islami (Z) tidak menunjukkan korelasi. Koefisien parameter jalur sebesar -0.129 menggambarkan dampak negatif dalam bentuk melemahkan sikap hedonisme terhadap perilaku konsumtif. Nilai T-statistik sebesar 1.345 ($< 1,96$) dan P-Values sebesar 0.179 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa hubungan ini tidak berpengaruh secara statistik. Hasil ini mengindikasikan bahwa dalam konteks penelitian ini, sikap hedonisme tidak memiliki korelasi terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dengan lingkungan islami sebagai mediator.

d. Uji Hipotesis 4

Koefisien parameter jalur yang diperoleh dari hubungan antara variabel Konformitas Teman Sebaya (X2) dengan Perilaku Konsumtif (Y) yang dimoderasi oleh Lingkungan Islami (Z) adalah sebesar 0.198, nilai T-statistik 2.018 (> 1.96), dan nilai P-Values = 0.044 (memiliki pengaruh moderasi jika $\alpha \leq 0.05$). Berdasarkan hasil analisis jalur, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara konformitas teman sebaya (X2) dan perilaku konsumtif (Y) yang di moderasi oleh lingkungan islami (Z) menunjukkan korelasi yang sangat tinggi secara statistik. Koefisien parameter jalur sebesar 0.198 menggambarkan dampak positif dalam bentuk memperkuat konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui lingkungan islami sebagai mediator.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara sikap hedonisme terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial. Artinya, semakin tinggi sikap hedonisme (X1) yang ditunjukkan oleh generasi milenial di Kecamatan Ulaweng, maka akan semakin besar pula kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif (Y). Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan adanya hubungan positif antara konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif. Ini berarti bahwa semakin tinggi konformitas teman sebaya (X2) yang ditunjukkan oleh generasi milenial di Kecamatan Ulaweng, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif (Y). Penelitian ini menemukan bahwa ada korelasi yang sangat lemah antara sikap hedonisme dan perilaku konsumtif yang dimoderasi oleh lingkungan islami. Ini menunjukkan bahwa lingkungan islami (Z) tidak memoderasi hubungan antara sikap hedonisme (X1) dan perilaku konsumtif (Y). Dengan kata lain, lingkungan islami berperan sebagai mediator yang melemahkan hubungan antara sikap hedonisme dan perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kecamatan Ulaweng. Sebaliknya, penelitian ini mengungkapkan adanya korelasi yang sangat kuat dan signifikan antara konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif yang dimoderasi oleh lingkungan islami. Ini menunjukkan bahwa lingkungan islami (Z) memoderasi hubungan antara konformitas teman sebaya (X2) dan perilaku konsumtif (Y). Dalam hal ini, lingkungan islami berfungsi sebagai mediator yang memperkuat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Ulaweng.

Implikasi

Berdasarkan beberapa uraian di kesimpulan yang terdapat dalam penelitian ini penulis menyarankan beberapa hal berikut : Agar masyarakat atau pihak terkait dapat memahami lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Ulaweng, terutama yang berkaitan dengan sikap hedonisme dan konformitas teman sebaya, mereka perlu mengetahui hal ini. Pihak-pihak yang terlibat dalam pendidikan dan pengembangan masyarakat sebaiknya menyusun strategi yang lebih efektif untuk menangani

dampak dari sikap hedonisme dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi Zilenial. Masyarakat di Kecamatan Ulaweng juga diharapkan lebih menyadari peran lingkungan islami sebagai faktor moderasi terhadap perilaku konsumtif, sehingga dapat mendorong penerapan nilai-nilai Islami dalam kegiatan sehari-hari. Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk menggali lebih dalam mengenai peran lingkungan islami sebagai faktor moderasi. Ini bisa membuka kesempatan untuk mengembangkan solusi atau rekomendasi yang lebih spesifik. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mengkaji kembali variabel sikap hedonisme dan konformitas teman sebaya dengan menambahkan variabel lain untuk memperkaya penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Ag, D. H. N. K. M. (2018). *Moderasi Beragama Dalam Konteks Teologi Lingkungan*. 75–78.
- Amilia, S., Bulan, T. P. L., & Rizal, M. (2018). Pengaruh Melek Finansial, Sosialisasi Orang Tua, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Bidik Misi Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 2(2), 97–107.
- Anggraini, R. T. Dkk. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Gadjah Mada Journal Of Psychology*, 3(3), 131–140.
- Fitria, T. N., & Prastiwi, I. E. (2020). *Budaya Hedonisme Dan Konsumtif Dalam Berbelanja Online Ditinjau Dari Perpektif Ekonomi Syariah*. 6(03), 731–736.
- Handayani, A. D. (2017). *Peran Kepala Sekolah Dalam Mengembangkan Lingkungan Islami Di Sekolah Umum (Studi Kasus Di Sman 12 Jakarta)*. 1–55.
- Harisah, A. (2010). Perbedaan Masing-Masing Faktor Yang Mempengaruhi Konformitas Kelompok Sebaya Pada Remaja Berdasarkan Tipe Kepribadian. *Jakarta: Fakultas Psikologi Uin Syarif Hidayatullah*, 2010, 118.
- Ismail, M. (2020). Hedonisme Dan Pola Hidup Islam. *Jurnal Ilmiah Islamic Resources*, 16(2), 193. <https://doi.org/10.33096/jiir.V16i2.21>
- Lestari, S. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Terhadap Produk Fashion. *Repository.Radenintan.Ac.Id*, 3(2), 6.
- Mahyarni. (2005). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13–23. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Elriyasah/article/view/17/13>
- Mardiah, A. (2019). Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad*, 13(2), 93. <https://doi.org/10.24014/jiq.V13i2.4391>
- Pramesti, K. W. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016 Dengan Body Image Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 6–7. <https://lib.unnes.ac.id/29614/1/7101413025.pdf>
- Pratiwi, L. A. S. (2023). Pengaruh Konformitas, Kualitas Informasi, Dan Sikap Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Shopee Kota Bekasi). *Repository.Uinsaizu.Ac.Id*, 4(1), 88–100.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.V4i1.2016>
- Safitri, A. D. (2018). Pengaruh Religiusitas Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Hedonisme. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(3), 327–333. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.V6i3.4644>
- Statistik, B. P. (2023). *Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Maret Bps - Statistics Indonesia*. The March National Socio-Economic Survey.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2016). Konsep Diri, Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02). <https://doi.org/10.30996/persona.V4i02.556>
- Syamaun, S. (2019). Pengaruh Budaya Terhadap Sikap Dan Perilaku Keberagamaan. *Jurnal At-Taujih Bimbingan Dan Konseling Islam*, 2(2), 81–95.
- Umam, N. (2021). Konformitas Teman Sebaya Dan Perilaku Kenakalan Remaja Di Sekolah. *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyah (Jasika)*, 1(2), 78–90. <https://doi.org/10.18196/jasika.V1i2.15>
- Wahyuningtias, I. (2019). Upaya Pembentukan Karakter Islami Siswa Melalui Kegiatan Spiritual Camp Di Man Bondowoso. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(01), 35–48.