

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN STATUS SOSIAL EKONOMI
ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMSI GENERASI Z
DENGAN PERILAKU ISRAF SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS: PEMAKAIAN GADGET UNTUK AKSES
BERMAIN GAME DAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA
UIN SYECH. M. DJAMIL DJAMBEEK BUKITTINGGI)**

Elvi Nasriandani¹, Iiz Izmuddin²

ansharullah110399@gmail.com¹, iizizmuddin@uinbukittinggi.ac.id²

UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Abstrak

Tujuan penelitian menganalisis pengaruh gaya hidup generasi Z terhadap perilaku konsumsi dengan Islamic opportunity cost sebagai variabel mediasi studi kasus pemakaian gadget untuk akses bermain game dan media sosial pada mahasiswa uin syech. m. djamil djambek bukittinggi. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan Correlation Research. Penelitian dilakukan di UIN Syech. M. Djamil Djambek di Bukittinggi. Data penelitian yang digunakan adalah primer dengan jumlah sampel sebanyak 130 orang generasi Milenial Z yang berkuliah di UIN Syech. M. Djamil Djambek Bukittinggi. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik non-probability sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan software Warp PLS 7.0. Hasil Penelitian menunjukkan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan nilai p values $0.001 < 0.05$, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0,723 (positif). Gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku israf dengan nilai p values $0.001 < 0.05$, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.457 (positif). Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan nilai p values $0.035 < 0.05$, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.155 (positif). Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku israf dengan nilai p values $0.001 < 0.05$, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.416 (positif). Perilaku israf berpengaruh secara positif tapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan nilai p values $0.156 > 0.05$, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.087 (positif). Gaya hidup berpengaruh secara positif tapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi melalui perilaku israf sebagai variabel mediasi dengan nilai p values $0.259 > 0.05$, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.67 (positif) dan status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara positif tapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi melalui perilaku israf sebagai variabel mediasi dengan nilai p values $0.278 > 0.05$, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.84 (positif).

Keyword: Gaya Hidup, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Perilaku Israf Perilaku Konsumsi.

Abstract

The research objective is to analyze the influence of Generation Z's lifestyle on consumption behavior with Islamic opportunity cost as a mediating variable in case studies of gadget use for access to playing games and social media among UIN Syech students. m. Djamil Djambek Bukittinggi. The research method uses quantitative methods with Correlation Research. The research was conducted at UIN Syech. M. Djamil Djambek in Bukittinggi. The research data used is primary with a sample size of 130 Millennial Z generation students studying at UIN Syech. M. Djamil Djambek Bukittinggi. The sampling technique uses purposive sampling, namely a non-probability sampling technique. Data analysis used in this research was done with Warp PLS 7.0 software. The research results show that lifestyle has a significant effect on consumption behavior with a p value of $0.001 < 0.05$, while β or the interpretation of path coefficients has a value of 0.723 (positive). Lifestyle has a significant effect on israf behavior with a p value of $0.001 < 0.05$, while β or path coefficient interpretation has a value of 0.457 (positive). Parents' socio-economic status has a significant effect on consumption behavior with a p value of $0.035 < 0.05$, while β or path coefficients interpretation has a value of 0.155 (positive). Parents' socio-economic status has a significant effect on israf behavior with a p value of $0.001 < 0.05$, while β or path coefficients interpretation has a value of 0.416 (positive). Israf

behavior has a positive but not significant effect on consumption behavior with a p value of 0.156 > 0.05, while β or path coefficients interpretation has a value of 0.087 (positive). Lifestyle has a positive but not significant effect on consumption behavior through israf behavior as a mediating variable with a p value of 0.259 > 0.05, while β or interpreted path coefficients has a value of 0.67 (positive) and parents' socio-economic status has a positive but not significant effect on consumption behavior through israf behavior as a mediating variable with a p value of 0.278 > 0.05, while β or path coefficients interpretation with a value of 0.84 (positive).

Keyword: Lifestyle, Socioeconomic Status of Parents, Israf Behavior Consumption Behavior.

PENDAHULUAN

Dalam islam konsumsi merupakan sarana dalam rangka ibadah kepada Allah SWT, tetapi islam melarang jika konsumsi tersebut dilakukan secara berlebih-lebihan. Bermewah mewah dalam gaya hidup yang berlebihan atau tabzir merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya pemerosotan moral dan nilai nilai keagamaan dalam masyarakat. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 31 yang artinya : Wahai anak-anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap memasuki masjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.

Berdasarkan ayat diatas dijelaskan bahwa gaya hidup mewah diiringi dengan sikap hidup yang berlebih-lebihan. Israf atau royal ada tiga pengertian yaitu, menghamburkan hal-hal yang diharamkan pada kekayaan seperti membelanjakan yang berlebihan tanpa memperdulikan apakah sesuai dengan kemampuan atau tidak (Rozalinda, 2014). Jadi kita dilarang melakukan hal yang melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh. Faktor yang mempengaruhi perilaku israf diantaranya lingkungan keluarga, gaya hidup pergaulan, nafsu yang berlebihan dan lupa kehidupan akhirat. (Basrowi, 2016) Menurut Kolter dan Armstrong faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah pertama : faktor internal yang mempengaruhinya adalah gaya hidup, demografi dan kepribadian kedua : Faktor eksternal yang mempengaruhinya adalah kelas sosial (social class), keluarga (family), kebudayaan (culture), pengaruh kelompok sebaya (peer group influence) dan situasi (situation). Ciri-ciri seseorang mengalami perilaku yang konsumtif ialah : (Fitriyah, 2013) 1.) Impulsive, adalah Perilaku pembelian konsumen hanya didasarkan pada keinginan yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan atau perencanaan terlebih dahulu. 2.) Irrational adalah Perilaku pembelian tidak rasional terjadi ketika konsumen membeli suatu produk tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu kegunaannya. 3.) Wasteful adalah Pemborosan merupakan suatu perilaku pembelian yang membuang-buang uang dalam jumlah besar tanpa kebutuhan yang jelas. Konsumsi pada dasarnya merupakan landasan pemenuhan kebutuhan dasar dan fungsional manusia, namun seiring dengan berkembangnya model globalisasi, sifat kegiatan konsumsi juga mengalami perubahan. Globalisasi dalam sistem saat ini merupakan campuran antara kapitalisme dan kemajuan teknologi, disebut juga modal teknis atau modal tekno. Globalisasi kontemporer telah berdampak dalam bidang sosial, budaya, ekonomi, teknologi dan lingkungan transformasi identitas serta bentuk-bentuk subyektif baru yang menyertainya (Goodwin et al., 2020).

Perkembangan informasi dan teknologi merupakan sesuatu hal yang menjadi bagian kehidupan generasi Z karena mereka lahir di tempat akses informasi khususnya penggunaan internet telah menjadi budaya global yang mencerminkan nilai dan keyakinan serta mempengaruhi tujuan hidup generasi internet (I-generation). Generasi Z merupakan generasi dengan usia antara 8 sampai 24 tahun. Kebanyakan Generasi Z berhubungan sosial di dunia maya menggunakan Gadget (Putra, 2016). Penggunaan teknologi saat ini mempengaruhi gaya hidup yang mengikuti gaya hidup negara maju, sehingga menyebabkan masyarakat berperilaku konsumsi dalam penggunaan Gadget. Gadget memperkenalkan kepada Generasi Z seluruh aktivitas dunia yang transparan dengan memperlihatkan

bagaimana dunia remaja yang begitu asing dan out of proportion di dunia remaja. Dengan sifatnya imitatif yang dimiliki remaja dimana mereka mudah untuk diimingi oleh fitur yang ada dalam Gadget yang belum tentu baik untuk kehidupan kita (Fitriyah, 2013). Tuntutan untuk tetap aktif di berbagai platform Jejaring Sosial sebagai bagian dari gaya hidup modern di kalangan remaja menyebabkan peningkatan permintaan paket layanan internet dari beberapa penyedia layanan internet kebiasaan ini membuat sebagian besar remaja kehilangan kendali diri dalam mengambil keputusan konsumsi paket layanan internet (Puteri, Arinda, Dewi, et al., 2022).

Hal ini dapat dilihat pada jumlah persentase rata-rata penduduk Indonesia yang menggunakan sosial media yaitu selama 3,3 jam dalam sehari pada kuartal I di tahun 2020. Lama waktu dalam menggunakan media sosial tersebut menjadi kedua tertinggi di Asia. (Lidwina, 2020) Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Persentase Akses Internet Penduduk Usia 5 Tahun ke Atas

Kelompok Umur	Persentase penduduk yang mengakses internet					Total (Persentase)
	2021	2020	2019	2018	2017	
5-12	13.32%	9.55%	7.93%	5.69%	5.22%	41,71
13-15	7.23%	7.42%	7.86%	8,72%	9.78%	41,01
16-18	8.12%	8.83%	9.66%	11.21%	12.74%	50,56
19-24	15.26%	17.13%	18.72%	20.23%	22.12%	93,46
25+	56.08%	57.07%	55.84%	54.15%	50.14%	273,28

Sumber : BPS, Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2021

Berdasarkan data diatas total mengakses internet 5 tahun terakhir pada usia 5-12 tahun sebanyak 41,71%, pada kelompok umur 13-15 tahun sebanyak 41,01%, pada kelompok umur 16-18 tahun sebanyak 50,56%, pada kelompok umur 19-24 tahun sebanyak 93,46% dan pada kelompok umur 25 tahun keatas sebanyak 273,28%. Dapat disimpulkan bahwa dimulai dari usia 13 tahun sampai 25 tahun keatas pengguna internet semakin meningkat, dimana generasi ini disebut dengan generasi Z atau lebih kita kenal dikalangan remaja (Tri sutarsih et al., 2021).

Selain itu pada tahun 2022 Hasil survei Kata data Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Insight Center (KIC) menyebutkan belanja kuota internet bulanan sebagian besar penduduk Indonesia mengalami peningkatan. Peningkatan belanja kuota paket Internet khususnya terjadi pada kelompok pengeluaran di bawah Rp50.000 hingga Rp100.000 per bulan. Pada tahun lalu, ditemukan kelompok pembelanjaan Rp 50.000 hingga Rp 100.000 yang belanja kuota internetnya paling tinggi yakni 62%. Nilai tersebut meningkat sebesar 58,3% sejak tahun 2021 dan 54,4% sejak tahun 2020. Pada kelompok dengan pengeluaran kurang dari Rp 50.000, menduduki peringkat kedua dengan 19,5% pada tahun 2022. Terlihat pada grafik di atas, persentase tersebut juga meningkat dari tahun 2021, namun mengalami penurunan dari tahun 2020. Namun kelompok pembelanja dengan alokasi internet lebih dari Rp 100.000 per bulan hingga lebih dari Rp 500.000 per bulan justru akan mengalami penurunan pada tahun 2022. Misalnya pada kelompok pembelanja Rp 100.000 hingga Rp 300.000 akan turun dari 19,6% ke 16,4% pada tahun 2022, dan pada kelompok pembelanja Rp 300.000 hingga Rp 500.000 akan turun dari 2,8% ke 1,9%. Sebaliknya, kelompok pengeluaran lebih dari Rp 500.000 berada di urutan terbawah. Persentase ini akan menurun dari 0,3% menjadi 0% pada tahun 2022. Kementerian Komunikasi dan Informatika dan KIC melakukan survei terhadap 10.000 pada pengguna internet berusia 13 hingga 70 tahun dari 34 provinsi dan 514 kabupaten dan kota (Annur, 2023).

Fenomena yang berkembang pada era globalisasi ini khususnya Kota Bukittinggi yaitu adanya kecendrungan terjadinya perubahan gaya hidup akibat penggunaan Gadget ini, sehingga menyebabkan generasi Z melek terhadap teknologi dengan fitur yang disediakan

oleh Gadget seperti Game, berbagai media sosial dan fitur lainnya. Salah satu provinsi di Indonesia yang termasuk pengguna Gadget ini adalah Sumatera Barat, khususnya pada mahasiswa generasi Z. Hal ini menyebabkan banyak dari kaum milenial menggunakan Gadget lebih kepada kepentingan kesenangan semata seperti bermain media sosial dan game dibandingkan untuk belajar. Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan kepada 20 orang generasi Z di UIN Bukittinggi yang menggunakan Gadget ditemukan dari segi konsumsi mereka menghabiskan rata-rata kuota internet sebanyak 40 sampai 80 Gb Gb per bulan dan mereka menghabiskan rata-rata uang untuk pembelian kuota internet sebanyak Rp. 50.000 sampai Rp.100.000. Per bulan. Temuan kedua dilihat dari segi gaya hidup mereka lebih senang membuka Aplikasi Game dan Media Sosial untuk mengisi luang mereka. Untuk bermain game dan media sosial generasi Z menghabiskan waktu 5 jam bahkan lebih 10 jam per hari. Temuan ketiga dilihat dari aspek status sosial ekonomi orang tua termasuk ke golongan kelas menengah kebawah dengan rata-rata pendapatan sebulan < 1 juta sampai 5 juta perbulan, dengan sumber penghasilan orang tua sebagai petani, wiraswasta, buruh harian, PNS, dan lain-lain. Tentu hal ini bertolak belakang antara status sosial ekonomi orang tua dengan bagaimana cara mereka mengkonsumsi kuota internet yang berlebihan diluar keperluan belajar. Temuan keempat dari sisi israf ialah menimbulkan kesiasiaan dari segi biaya yang dikeluarkan untuk membeli kuota internet dan waktu diluar keperluan belajar, mereka bermain gadget hanya untuk sekedar have fun atau mencari kesenangan semata bahkan kaum millennial ini rela menahan uang jajan makanan demi membeli kuota internet.

Beberapa kajian terdahulu yang dilakukan (Miftachul Jannah & Rokhmani, 2021) mengenai Pengaruh gaya hidup, kecerdasan emosional dan literasi keuangan terhadap rasionalitas konsumsi mahasiswa mengungkapkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap rasionalitas konsumsi mahasiswa. Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Fajirin & Indrarini, 2021) tentang Pengaruh gaya hidup dan tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumen syariah di masa setelah pandemi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan tingkat pendapatan secara simultan atau parsial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi syariah di masa new normal.. Kajian terdahulu yang dilakukan Luthfatul Amaliya dan Khasan Setiaji (Amaliya et al., 2017). mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa mengungkapkan bahwa Status Sosial Ekonomi Orang tua secara simultan dan secara parsial terdapat pengaruh Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Imansari & Fitrayati, 2016) menyimpulkan Di SMA Negeri 17 Surabaya, meskipun status sosial siswanya rendah, namun status sosial ekonomi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa tetapi mereka perilaku konsumsi secara irasional. Penelitian selanjutnya juga dilakukan oleh (Maris & Listiadi, 2021) dengan hasil penelitiannya bahwa status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Selanjutnya kajian terdahulu yang dilakukan oleh Moh. Dody Rivaldi Ibrahim (2021) mengenai Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pada Pembelian Gadget Ditemukan beberapa alasan yang mendasari perilaku informan yang pro konsumen, antara lain penanda sosial, pentingnya keinginan dibandingkan kebutuhan, pengaruh iklan, dorongan dari lingkungan sosial, nilai jual yang unik, dan diskon pada penawaran produk. Berdasarkan Fenomena yang ada terungkap bahwa gaya hidup Generasi Z secara berlebihan atau tabzir untuk having fun dengan mengkonsumsi kuota internet dalam bermain game dan media sosial sehingga hari-hari mereka menjadi tidak produktif yang diluar keperluan belajar, sedangkan status sosial ekonomi orang tua mereka rata-rata termasuk kelas menengah kebawah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengungkapkan bahwa kajian ini belum dikaji perilaku israf dalam perilaku konsumsi remaja. Kemudian terdapat inkonsistensi antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumsi Generasi Z, sehingga studi ini perlu dilakukan. Maka penulis tertarik

untuk meneliti lebih lanjut dengan judul : Pengaruh Gaya Hidup dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z dengan Perilaku Israf sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus : Pemakaian Gadget untuk akses bermain Game dan Media Sosial pada Mahasiswa UIN Sjech. M. Djamil Djambek Bukittinggi).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer penelitian ini adalah penelitian lapangan dan data diperoleh dari kuesioner yang diambil dari sampel penelitian yaitu mahasiswa aktif pengguna Gadget dengan komunitas Gamers dan Instagram dan Tik-Tok. Untuk data sekunder dalam penelitian ini data diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS), Artikel, Jurnal nasional dan internasional, buku-buku, Al-Qur'an dan Hadis. Lokasi penelitian dilakukan di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Penelitian ini akan mengambil sampel pada Mahasiswa dengan komunitas Gamers dan yang eksis di Instagram dan Tik-Tok. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di UIN Syech. M. Djamil Djambek dengan total populasi sebanyak 10.804 (2023) laki-laki sebanyak 3.158 dan perempuan sebanyak 7.646 orang. Teknik pengambilan informan dilakukan dengan memilih orang-orang yang dipilih oleh peneliti berdasarkan ciri-ciri khusus menggunakan purposive sampling merupakan teknik non-probability sampling (Puteri, 2020). Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh jawaban kuesioner yang tepat sesuai dengan instrumen yang ditanyakan, dan yang menjawab kuesioner dibatasi dengan syarat terkhusus bagi pengguna Aplikasi Game, Instagram dan Tik-tok. Menentukan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini dihitung berdasarkan rumus berikut : $(N = 5 \text{ sampai } 10 \text{ dikali jumlah Indikator}) \rightarrow N = 10 \times 13 = 130$ Sampel. Dari perhitungan diatas didapatkan jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 130 responden.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dengan menggunakan software WarpPLS. Uji validitas PLS dievaluasi berdasarkan validitas konvergen dan validitas diskriminan. Indikatornya diukur dari nilai model beban eksternal (model pengukuran). Validitas konvergen dikatakan tinggi apabila terdapat korelasi antara nilai external loading atau indikator dengan nilai konstruknya lebih besar dari 0,7. Namun, jika skor beban antara 0,5 dan 0,6, indikator dengan skor ini tidak akan dihapus. Berdasarkan nilai model beban eksternal. Model struktural (model internal) digunakan untuk menguji hipotesis. Tujuan model internal adalah untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini digunakan analisis jalur sebagai metode analisisnya, dan digunakan PLS dengan mediasi. Analisis jalur memungkinkan Anda melihat ukuran koefisien langsung dan tidak langsung dari variabel terikat relatif terhadap variabel bebas dan fokus pada ukuran koefisiennya. Hal ini memungkinkan kita untuk membandingkan besarnya dampak langsung dan tidak langsung. Koefisien-koefisien ini digunakan untuk mengetahui variabel mana yang pengaruhnya paling besar dan paling kecil terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada model pengukuran penelitian, terdapat beberapa evaluasi yang harus diuji yaitu :

Evaluasi Outer Model

Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melalui tahap purifikasi dan model pengukuran. Model pengukuran (outer model) digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Sebelum kuesioner online disebar, peneliti mengambil sampel 130 responden yang tersebar di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Pengambilan 130 sampel digunakan untuk melakukan uji validitas dan reabilitas agar terlihat variabel mana saja yang tidak valid dan realibel. Hasil dari olah data dengan 130 responden adalah sebagai berikut:

Uji Convergent Validity

Uji validitas digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner untuk memastikan bahwa item-item pernyataan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dapat dimengerti oleh responden. Menurut Wiyono 2011 (dalam Lumbanraja 2018:90) validitas dapat ditentukan oleh convergent validity (outer model) dengan nilai loading factor 0,50 sampai 0,60 sudah dianggap cukup. Menurut Sholihin dan Ratmono (2013) mengatakan bahwa nilai AVE seharusnya > 0.50. Kuesioner telah disebarkan, kemudian kuesioner tersebut diolah dengan menggunakan WarpPLS 7.0 dengan menghasilkan nilai loading factor sebagaimana disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 1 Nilai combined loadings and cross-loadings

Variabel	Item	Nilai Loading Factor				Keterangan	AVE
		PK	GH	SSEO	PI		
Gaya Hidup (X1)	GH1	0.680	(0.732)	0.526	0.487	Valid	0.588
	GH2	0.749	(0.829)	0.632	0.638	Valid	
	GH3	0.728	(0.819)	0.544	0.622	Valid	
	GH4	0.643	(0.747)	0.543	0.629	Valid	
	GH5	0.685	(0.765)	0.518a	0.532	Valid	
	GH6	0.789	(0.775)	0.701	0.673	Valid	
	GH7	0.724	(0.796)	0.577	0.594	Valid	
	GH8	0.570	(0.685)	0.465	0.474	Valid	
	GH9	0.656	(0.744)	0.589	0.594	Valid	
Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X2)	SSEO1	0.610	0.616	(0.803)	0.608	Valid	0.459
	SSEO2	0.682	0.688	(0.799)	0.703	Valid	
	SSEO3	0.449	0.457	(0.554)	0.443	Valid	
	SSEO4	0.504	0.472	(0.708)	0.485	Valid	
	SSEO5	0.544	0.553	(0.710)	0.552	Valid	
	SSEO6	0.390	0.407	(0.631)	0.536	Valid	
	SSEO7	0.404	0.356	(0.657)	0.394	Valid	
	SSEO8	0.455	0.419	(0.588)	0.361	Valid	
Perilaku Konsumsi (Y2)	PK1	(0.710)	0.604	0.505	0.503	Valid	0.497
	PK2	(0.621)	0.613	0.426	0.413	Valid	
	PK3	(0.790)	0.698	0.609	0.632	Valid	
	PK4	(0.569)	0.468	0.451	0.445	Valid	
	PK5	(0.731)	0.667	0.538	0.539	Valid	
	PK6	(0.799)	0.735	0.555	0.496	Valid	
	PK7	(0.688)	0.618	0.557	0.645	Valid	
	PK8	(0.723)	0.626	0.563	0.571	Valid	
	PK9	(0,740)	0.654	0.553	0.585	Valid	
	PK10	(0,644)	0.664	0.529	0.488	Valid	
Perilaku Israf (Y1)	PI1	0.653	0.730	0.555	(0.676)	Valid	0.609
	PI2	0.510	0.423	0.580	(0.701)	Valid	
	PI3	0.543	0.533	0.633	(0.766)	Valid	
	PI4	0.674	0.729	0.621	(0.765)	Valid	
	PI5	0.635	0.596	0.639	(0.835)	Valid	
	PI6	0.622	0.613	0.652	(0.848)	Valid	
	PI7	0.701	0.730	0.573	(0.778)	Valid	
	PI8	0.561	0.599	0.560	(0.820)	Valid	
	PI9	0.518	0.545	0.559	(0.795)	Valid	
	PI10	0.502	0.468	0.574	(0.802)	Valid	

Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Berdasarkan tabel 1, semua item pernyataan yang bernilai $> 0,50$ atau nilai yang ada didalam kurung lebih besar dari sisi kanan dan sisi kirinya maka pengujian ini dapat dinyatakan valid artinya sudah memenuhi syarat valisitas convergent. Kemudian pada pengujian AVE didapatkan pada variabel gaya hidup sebesar 0.588, status sosial ekonomi orang tua sebesar 0.459, perilaku israf 0.609 dan perilaku konsumsi 0.497.

Uji Diskriminan Validity

Berdasarkan hasil pengujian validity terhadap variabel Gaya Hidup, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Perilaku Konsumsi dan Perilaku Israf, maka uji discriminant validity dapat dilihat pada tabel 4.17 di bawah ini:

Tabel. 2. Corelation Among Laten Variables

Variabel	PK	GH	SSEO	PI
PK	(0.785)	0.704	0.752	0.757
GH	0.704	(0.767)	0.740	0.762
SSEO	0.702	0.740	(0.777)	0.762
PI	0.757	0.762	0.762	(0.780)

Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Tabel 2 di atas memperlihatkan bahwa kriteria discriminant validity telah terpenuhi, hal ini ditunjukkan dengan akar kuadrat AVE tebih besar daripada koefisien korelasi antar kosntruk pada masing-masing kolom. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing indikator dari setiap variabel dapat mengukur variabel tersebut secara tepat daripada dengan variabel lain. Yaitu variabel PK dapat dengan tepat mengukur variabel PK dinyatakan dengan akar kuadrat PK ke PK sebesar 0.785 lebih besar dari akar kuadrat AVE PK ke GH sebesar 0.704, PK ke SSEO sebesar 0.752 dan PK ke PI sebesar 0.757. Variabel GH dapat dengan tepat mengukur variabel GH dinyatakan dengan akar kuadrat GH ke GH sebesar 0.767 lebih besar dari akar kuadrat AVE GH ke PK sebesar 0.704, GH ke SSEO sebesar 0.740 dan GH ke PI sebesar 0.762. Variabel SSEO dapat dengan tepat mengukur variabel SSEO dinyatakan dengan akar kuadrat SSEO ke SSEO sebesar 0.777 lebih besar dari akar kuadrat AVE SSEO ke PK sebesar 0.702, SSEO ke GH sebesar 0.740, SSEO ke PI sebesar 0.762 dan variabel PI dapat dengan tepat mengukur variabel PI dinyatakan dengan akar kuadrat PI ke PI sebesar 0.780 lebih besar dari akar kuadrat AVE PI ke PK sebesar 0.757, PI ke GH sebesar 0.762 dan PI ke SSEO sebesar 0.762. Artinya sudah memenuhi syarat validitas deskriminan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas alat ukur dalam penelitian. Menurut Abdillah dan Hartono, suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha $> 0,60$ dan nilai composite reliability $> 0,70$.

Tabel 3. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Status
GH	0.912	0.928	Reliabel
SSEO	0.825	0.869	Reliabel
PK	0.886	0.907	Reliabel
PI	0.928	0.939	Reliabel

Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Dari tabel tersebut, diketahui bahwa semua variabel dapat dikatakan reliabel karena nilai cornbach's alpha pada tabel diatas $> 0,60$ dan nilai composite reliability pada tabel diatas $> 0,70$. Nilai cronbach's alpha yang terkecil adalah variabel status sosial ekonomi orang tua yaitu 0,825 dan nilai cronbach's alpha yang tertinggi adalah variable perilaku israf sebesar 0,928. Sedangkan pada composite reliability nilai yang terendah ada pada variabel sosial ekonomi orang tua yaitu 0,869 dan nilai composite reliability tertinggi ada pada variabel perilaku israf yaitu 0,939. Artinya sudah memenuhi syarat dari uji reabilitas.

Analisis Model Struktural

Pada model pengukuran struktural, terdapat beberapa evaluasi yang harus diuji yaitu :

Evaluasi Inner Model

Koefisien Determinan (R-Square)

Menurut Sholihin dan Ratmono (2013) semakin tinggi nilai R-Square, maka menunjukkan model yang baik. Koefisien Determinan (R-Square) dalam penelitian ini sebesar 0,838 yang berarti variabel bebas perilaku konsumsi mampu menjelaskan variance dari variabel tidak bebas sebesar 83,8% dan 16,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Predictive Relevance (Q2)

Q-Squared harus > 0, artinya variabel mempunyai validitas prediktif yang baik. Dalam penelitian ini Q-Squared sebesar 0.838 yang berarti variabel dalam penelitian ini mempunyai validitas prediktif yang baik.

Uji Model Fit Indicates

Uji kecocokan digunakan untuk melihat model yang dibentuk apakah layak atau tidak untuk dasar pengujian hipotesis. Berikut hasil uji model fit indicates dalam penelitian ini :

Tabel 4. Hasil Uji Kecocokan Model

Model fit and Quality Indices	Hasil Uji	Kecocokan
Average Path Coefficient (APC)	0.368 dan P value < 0.001	Model Fit
Average R-Squared (ARS)	0.756 dan P value < 0.001	Model Fit
Average Adjusted R-Squared (AARS)	0.752 dan P Value < 0.001	Model Fit
Average Block VIF (AVIF)	2.741, diterima jika < 5 idealnya < 3.3	Model Fit
Average Full Collinearity VIF (AFVIF)	4.507, diterima jika < 5 idealnya < 3.3	Model Fit
Tenenhaus GoF (GoF)	0.638, kecil jika > 0.1, menengah > 0.25 dan tinggi > 0.36	Model Fit
Sympon's Paradox Ratio (SPR)	1.000, diterima jika > 0.70 dan idealnya = 1	Model Fit
R-Squared Contribution Ratio (RSCR)	1.000 diterima jika > 0.9 dan idealnya = 1	Model Fit
Statistical Sippression Ratio (SSR)	1.000 diterima jika > 0.70	Model Fit
Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)	1.000 diterima jika > 0.70	Model Fit

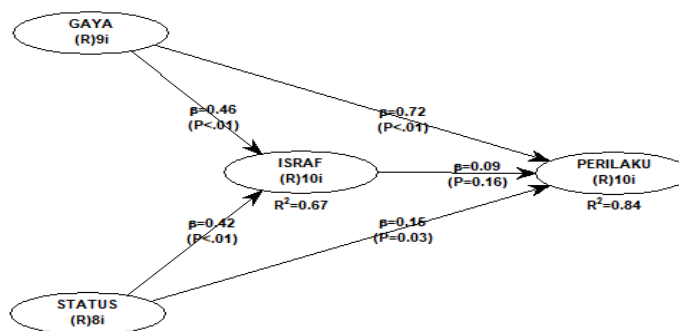
Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Berdasarkan tabel diatas semua model fit and quality indices sudah memenuhi syarat dalam warp PLS 7.0 dengan 10 indikatornya dan semua model fit memenuhi kecocokan.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk melihat tingkat signifikansi (p-value) dan hubungan antar variabel dalam model penelitian ini dan dapat dilihat dari hasil estimasi koefisien jalur (path coefficient). Berikut ini adalah gambar hasil pengujian dengan menggunakan WarpPLS 7.0

Gambar 1 Pengujian Model Penelitian Indirect Effect dengan WarpPLS 7.0



Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Keterangan Gambar :

- 1) GAYA : Gaya Hidup

- 2) STATUS : Status Sosial Ekonomi Orang Tua
- 3) ISRAF : Perilaku Israf
- 4) PERILAKU : Perilaku Konsumsi

Semua hipotesis dalam penelitian ini dapat diketahui signifikan atau tidak signifikan berdasarkan nilai p-value. Apabila besarnya p-value lebih kecil sama dengan dari 5% ($\leq 0,05$) maka terdapat pengaruh yang signifikan, sedangkan apabila nilai p-value lebih besar dari 5% ($> 0,05$) maka terdapat pengaruh yang tidak signifikan. Untuk uji path coefficient jika nilai path +1 artinya terdapat hubungan positif, jika 0 artinya tidak ada hubungan dan jika -1 artinya terdapat hubungan negatif (Hair, et al, 2019). Sedangkan hasil estimasi path coefficient adalah untuk menguji kekuatan pengaruh antar variabel dan menjalankan ketegasan hubungan antar variabel jika path coefficient bernilai positif maka variabel berpengaruh secara signifikan.

Berikut disajikan hasil pengujian hipotesis berdasarkan model WARP PLS 7.0 yang telah terbentuk antara Gaya Hidup (GH), Status Sosial Ekonomi Orang Tua (SSEO), Perilaku Israf (PI) dan Perilaku Konsumsi (PK) :

(a) Hipotesis 1

Tabel 5. Hasil Hipotesis 1 dengan Estimasi Path Coefficients

Hipotesis 1	Path Coefficients	P Value	Keterangan
GH → PK	0.723	0,001	Positif

Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Hipotesis 1 menguji pengaruh Gaya Hidup (GH) terhadap Perilaku Konsumsi (PK). Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.001 < 0.05$, sehingga dapat diambil keputusan : Gaya Hidup (GH) berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumsi (PK). Adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0,723 yang bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi.

(b) Hipotesis 2

Tabel 6. Hasil Hipotesis 2 dengan Estimasi Path Coefficients

Hipotesis 2	Path Coefficients	P Value	Keterangan
GH → PI	0.457	0,001	Positif

Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Hipotesis 2 menguji pengaruh Gaya Hidup (GH) terhadap Perilaku Israf (PI). Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.001 < 0.05$, sehingga dapat diambil keputusan : Gaya Hidup (GH) berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Israf (PI). Adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.457 yang bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Israf

(c) Hipotesis 3

Tabel 7. Hasil Hipotesis 3 dengan Estimasi Path Coefficients

Hipotesis 3	Path Coefficients	P Value	Keterangan
SSEO → PK	0.155	0,035	Positif

Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Hipotesis 3 menguji pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua (SSEO) terhadap Perilaku Konsumsi (PK). Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.035 < 0.05$, sehingga dapat diambil keputusan : Status Sosial Ekonomi Orang Tua (SSEO) berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumsi (PK). Adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.155 yang bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa Status Sosial Ekonomi Orang Tua berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi

(d) Hipotesis 4

Tabel 8. Hasil Hipotesis 4 dengan Estimasi Path Coefficients

Hipotesis 4	Path Coefficients	P Value	Keterangan
SSEO → PI	0.416	0,001	Positif

Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Hipotesis 4 menguji pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua (SSEO) terhadap Perilaku Israf (PI). Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.001 < 0.05$, sehingga dapat diambil keputusan : Status Sosial Ekonomi Orang Tua (SSEO) berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Israf (PI). Adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.416 yang bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa Status Sosial Ekonomi Orang Tua berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Israf

(e) Hipotesis 5

Tabel 9. Hasil Hipotesis 5 dengan Estimasi Path Coefficients

Hipotesis 5	Path Coefficients	P Value	Keterangan
PI → PK	0.087	0,156	Positif

Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Hipotesis 5 menguji Perilaku Israf (PI) terhadap Perilaku Konsumsi (PK). Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.156 > 0.05$ artinya menurut statistik belum signifikan, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.087 yang bernilai positif sehingga dapat diambil keputusan : Perilaku Israf (PI) berpengaruh secara secara positif tapi menurut statistik belum signifikan terhadap Perilaku Konsumsi (PK)

(f) Hipotesis 6

Tabel 10. Hasil Hipotesis 6 dengan Estimasi Path Coefficients

Hipotesis 6	Path Coefficients	P Value	Keterangan
GH→PI→PK	0.67	0.259	Positif

Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Hipotesis 6 menguji pengaruh Gaya Hidup (GH) terhadap Perilaku Konsumsi (PK) melalui Perilaku Israf (PI) sebagai variabel mediasi. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.259 > 0.05$ artinya menurut statistik belum signifikan, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.67 yang bernilai positif sehingga dapat diambil keputusan : Gaya Hidup (GH) berpengaruh secara secara positif tapi tapi menurut statistik belum signifikan terhadap Perilaku Konsumsi (PK) melalui Perilaku Israf (PI).

(g) Hipotesis 7

Tabel 11. Hasil Hipotesis 7 dengan Estimasi Path Coefficients

Hipotesis	Path Coefficients	P Value	Keterangan
SSEO→PI→PK	0.84	0.278	Positif

Sumber: data diolah dengan Warp PLS 7.0 (2024)

Hipotesis 7 menguji pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua (SSEO) terhadap Perilaku Konsumsi (PK) melalui Perilaku Israf (PI) sebagai variabel mediasi. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.278 > 0.05$ artinya menurut statistik belum signifikan, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.84 yang bernilai positif sehingga dapat diambil keputusan: Status Sosial Ekonomi Orang Tua (SSEO) berpengaruh secara secara positif tapi menurut statistik belum signifikan terhadap Perilaku Konsumsi (PK) melalui Perilaku Israf (PI) sebagai variabel mediasi.

Artinya perilaku israf mampu menjadi variabel mediator dalam mempengaruhi perilaku konsumsi dari variabel gaya hidup dan status sosial ekonomi orang tua, dengan pengertian semakin tinggi tingkat gaya hidup dan status sosial ekonomi orang tua maka akan meningkat dan berdampak pada perilaku konsumsi.

Pembahasan

Analisis temuan dalam penelitian ini adalah hasil dari analisis data yang diinterpretasikan hasil dan menyimpulkan hasil secara temuan maupun teoritis yang disajikan sebagai berikut:

Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi Z

Hipotesis 1 menguji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi. Hasil pengujian didapatkan nilai $p \text{ values } 0.001 < 0.05$ artinya berpengaruh secara signifikan, sehingga dapat diambil keputusan : gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi. Adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0,723 yang bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa kontribusi pengaruh gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Hal ini sejalan dengan kajian yang dilakukan oleh Maulidysneni dan Clarashinta yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumsi. Tingginya gaya hidup, disertai dengan perkembangan zaman yang terus maju dan diikuti dengan budaya luar yang bebas mudah masuk sehingga mampu menggeser gaya hidup masyarakat menjadi sedikit berlebihan. (Sukma & Canggih, 2021) Menurut Kolter dan Armstrong faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi salah satunya ialah gaya hidup. (Fitriyah, 2013) Gaya hidup merupakan faktor yang turut serta dalam memberikan pengaruh terhadap konsumsi, dimana gaya hidup sendiri ialah hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi konsumsinya. Artinya semakin tinggi gaya hidup generasi Z dalam bermain gadget maka semakin tinggi pula perilaku konsumsinya terhadap pemakaian kuota internet.

Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku israf generasi Z

Hipotesis 2 menguji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku israf. Hasil pengujian didapatkan nilai $p \text{ values } 0.035 < 0.05$ artinya berpengaruh secara signifikan, sehingga dapat diambil keputusan : gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku israf. Adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.457 yang bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa kontribusi pengaruh gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku israf. Sejalan dengan kajian yang dilakukan oleh Ranti Tri Anggraini & Fauzan Heru Santhoso (2017) menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumsi pada remaja. Selain itu Basrowi (2016) juga mengungkapkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku israf diantaranya lingkungan keluarga, gaya hidup pergaulan, nafsu yang berlebihan dan lupa kehidupan akhirat. Semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumsinya. Sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis seseorang, maka perilaku konsumsinya semakin rendah. (Anggraini & Santhoso, 2019) Pembahasan tentang gaya hidup hedonis yang sangat mengedepankan kesenangan, memunculkan anggapan bahwa gaya hidup tersebut berorientasi pada sesuatu yang bersifat berlebih-lebihan. Artinya semakin tinggi gaya hidup seseorang maka akan semakin tinggi pula perilakunya.

Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi Z

Hipotesis 3 menguji pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi. Hasil pengujian didapatkan nilai $p \text{ values } 0,035 < 0.05$ artinya berpengaruh secara signifikan, Adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.155 yang bernilai positif sehingga dapat diambil keputusan : status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi. Hal ini sejalan dengan kajian yang dilakukan oleh Susilawati dan kawan-kawan yang menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumsi anak. (Zain et al., 2022) Status sosial ekonomi orang tua dianggap sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi. Semakin tinggi tingkat status sosial ekonomi orang tua maka semakin berpengaruh terhadap perilaku konsumsi anak, dengan status sosial ekonomi orang tua yang tinggi maka akan mudah mendapatkan akses berbelanja bagi anak. Faktor - faktor penentu tingkat konsumsi terdiri dari : 1) Pendapatan rumah tangga (household income), semakin besar pendapatan, semakin besar pula pengeluaran untuk konsumsi. 2) Kekayaan rumah tangga (household wealth), semakin besar kekayaan, tingkat konsumsi juga akan menjadi semakin tinggi.

Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku israf generasi Z

Hipotesis 4 menguji pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku israf. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.001 < 0.05$ artinya berpengaruh secara signifikan, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.416 yang bernilai positif maka sehingga dapat diambil keputusan : status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku israf. Hal ini sejalan dengan kajian yang dilakukan oleh Dewi Larasati (2020) dengan hasil penelitiannya bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara media sosial dan status sosial ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa. (Larasati et al., 2020) Selain itu Basrowi (2016) juga mengungkapkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku israf diantaranya lingkungan keluarga, gaya hidup pergaulan, nafsu yang berlebihan dan lupa kehidupan akhirat. Ada beberapa hal yang menyebabkan seseorang berperilaku israf salah satunya lingkungan keluarga. Orang tua yang biasa hidup boros, bermewah-mewahan, atau anak yang dibiasakan untuk mendapatkan semua kemauannya, maka dikala besar, sifat tersebut biasanya tetap ia bawa. Artinya semakin tinggi tatus sosial ekonomi orang tua maka semakin tinggi pula perilaku israf pada generasi muda dalam pemakaian kuota internet dalam bermain gadget.

Perilaku israf berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi Z

Hipotesis 5 menguji perilaku israf terhadap perilaku konsumsi. hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.156 > 0.05$ artinya menurut statistik belum signifikan, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.087 yang bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa kontribusi pengaruh perilaku israf berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zilal dan Nafkhatul (2023) dengan hasil penelitiannya perilaku israf berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumsi. (Zilal Afwa Ajidin & Wahidah, 2023) Perbuatan berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa tanpa memikirkan manfaat memiliki kaitan dengan israf atau mubazir karena dapat menyebabkan perilaku konsumsi demi mengikuti gaya hidup. Perlu diketahui bahwa jika seseorang berlebihan dalam pemakaian kuota internet belum tentu mempengaruhi perilaku konsumsinya. Terkadang perilaku berlebih lebihan tidak selamanya karena tergantung keadaan ekonomi orang tersebut. Jika uang saku dari mahasiswa tersebut banyak tentu menimbulkan peluang untuk mengkonsumsi kuota internet yang banyak sebaliknya jika keadaan uang dari mahasiswa tersebut sedikit maka mahasiswa tersebut akan menghemat pemakaian kuotanya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi perilaku israf mahasiswa dalam pemakaian kuota internet maka semakin tinggi pula perilaku konsumsinya.

Gaya hidup berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi Z dengan perilaku israf sebagai efek variabel intervening

Hipotesis 6 menguji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi melalui perilaku israf sebagai variabel mediasi. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.259 > 0.05$ artinya menurut statistik belum signifikan, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0,67 yang bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa kontribusi pengaruh gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi generasi Z dengan perilaku israf sebagai efek variabel intervening. Sejalan dengan pernyataan yang dinyatakan oleh Astuti (2016) dengan hasil temuan dalam penelitiannya bahwa semakin mewah dan hedonis gaya hidup seseorang, maka akan meningkatkan perilaku konsumsi seseorang. Keinginan akan barang-barang mewah akan timbul apabila terjadi perubahan gaya hidup, sehingga pemenuhan kebutuhan tidak lagi berdasarkan skala prioritas. (R. F. Astuti, 2020) Gaya hidup mewah sangat menarik bagi remaja, dimana perilaku pada remaja hanya menginginkan kesenangan. Perilaku tersebut lama kelamaan akan mengakar dalam kehidupan para remaja yang pada akhirnya

menjadi seperti sebuah budaya. Gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang berkaitan dengan perilaku konsumen terutama dalam keputusan membeli suatu produk sesuai dengan nilai-nilai tradisional yang terbentuk di suatu masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumsi mahasiswa. Pola konsumsi yang dilakukan mahasiswa dapat dilihat dari setiap kegiatan yang dilakukan dalam menghabiskan waktu di kehidupan.

Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi Z dengan perilaku israf sebagai efek variabel intervening

Hipotesis 7 menguji pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi melalui perilaku israf sebagai variabel mediasi. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.278 > 0.05$ artinya menurut statistik belum signifikan, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0,84 yang bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa kontribusi pengaruh status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumsi generasi Z dengan perilaku israf sebagai efek variabel intervening. Sejalan dengan pernyataan yang dinyatakan oleh Rizal Mahendra, dkk (2023) dengan hasil temuan dalam penelitiannya bahwa terdapat pengaruh signifikan status ekonomi, literasi keuangan dan pengelolaan keuangan responden terhadap gaya hidup generasi Z (Mahendra et al., 2023). Untuk menggapai kemewahan, orang biasanya dengan pertimbangan merk, harga, kualitas dan perkembangan trend. Belanja sekarang ini bukan lagi dimaknai dan didasari pertimbangan kebutuhan, tapi keinginan nafsu. Semakin besar materi yang dimiliki seseorang, semakin besar pula gairah konsumsinya

Perilaku Konsumsi Dalam Perspektif Islam

Menurut Al-Ghozali konsep konsumsi dibagi pada tiga tingkatan, yaitu kebutuhan Dharuruyat (primary), Hajjiyat (secondary) dan Tahsiniyat (tertiary/pelengkap). Uraian ini bertitik tolak dari kelima pokok kemaslahatan, yaitu: agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. (Syahvina & Ratnasari, 2020) Dalam kajiannya tentang manusia, menurut Al-ghozali dengan pendekatan tasawuf membahas konsep fitrah manusia yang disebut dengan nafs robbaniyyah. Konsep ini erat kaitannya dengan motivasi yang meliputi dua hal yaitu : syahwat sebagai motivasi mendekat dan motivasi untuk menjauh. Motivasi ini membawa Alghozali pada landasan etika dan moral. Uraian ini bertitik tolak dari kelima pokok kemaslahatan, yaitu pemeliharaan : jiwa (Hifdzunnafs), keyakinan atau agama (Hifdzuddin), akal atau intelektual (Hifdzul Aql), keturunan (Hifdzunasl) dan keluarga serta harta benda (Hifdzulmal). Dalam hal ini Al-Ghozali membaginya ke dalam tiga tingkatan kebutuhan, yaitu : (Abdurrahman, 2020) (1) Kebutuhan Dharuriyat (Primer): kebutuhan yang menjadi dasar kehidupan manusia yang baik dengan agama dan dunia. Kebutuhan ini harus terpenuhi agar manusia bisa hidup dengan layak. Apabila kebutuhan ini tidak terpenuhi maka akan mengganggu kehidupan manusia. (2) Kebutuhan Hajjiyat (Sekunder): kebutuhan setelah kebutuhan primer, karena ini merupakan kebutuhan penguat. Apabila kebutuhan ini tidak terpenuhi maka tidak akan mengancam keselamatan kehidupan umat manusia. Kebutuhan ini akan mengalami perubahan zaman dalam proses kehidupan dan (3) Kebutuhan Tahsiniyat / Kamaliyat (Tersier/Pelengkap): kebutuhan yang sama sekali tidak mengancam kebutuhan primer. Kebutuhan ini muncul setelah terpenuhinya kebutuhan dharuriyat dan Hajjiyat.

Kepuasan tidak saja dikaitkan dengan kebendaan tetapi juga dengan ruhiyah atau ruhaniyah maupun spiritual, bahkan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda yang bertentangan dengan nilai-nilai islam, oleh sebab itu kepuasan ini harus ditinggalkan. (Syaparuddin, 2021) Hidup mewah akan merusak individu dan masyarakat, karena menyibukkan manusia dengan hawa nafsunya, melalaikan dari hal-hal yang mulia dan akhlak yang luhur. Ali Abd Ar-Rasul menilai dalam masalah ini bahwa gaya hidup mewah (israf) merupakan faktor yang memicu terjadinya dekadensi moral masyarakat. Dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 31 Allah memperingatkan tentang hal ini :

Artinya : *“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”*

Berdasarkan ayat diatas dijelaskan sikap hidup mewah biasanya diiringi dengan sikap hidup yang berlebih-lebihan. Israf atau royal ada tiga pengertian yaitu, menghamburkan kekayaan pada halhal yang diharamkan seperti pengeluaran yang berlebihan pada hal yang dihalalkan tanpa peduli apakah sesuai dengan kemampuan atau tidak.(Rozalinda, 2014) Oleh karena itu seorang dilarang hidup dalam kemewahan dan mengkonsumsi secara rasional dalam Islam adalah mengkonsumsi sesuatu harus mempertimbangkan manfaat dan mudharat

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis uji hipotesis dan pembahasan tentang Pengaruh Gaya Hidup dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku konsumsi Generasi Z dan dengan Perilaku Israf sebagai variabel intervening didapatkan hasil penelitian dimana hipotesis teruji dimana Gaya Hidup (variabel X1) dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua (variabel X2) berpengaruh secara positif terhadap Perilaku Kosnsumsi (variabel Y2) dengan Perilaku Israf (variabel Y1) mampu memediasi antara variabel tersebut. Berikut kesimpulan pada penelitian ini :

1. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi Z. Hal ini berarti semakin tinggi gaya hidup seseorang, semakin tinggi pula perilaku konsumsi dikalangan generasi Z pada pemakaian Gadget. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.001 < 0.05$, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0,723 (bernilai positif)
2. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku israf generasi Z. Hal ini berarti semakin tinggi gaya hidup seseorang, semakin tinggi pula perilaku israf atau tabzir dikalangan generasi Z pada pemakaian Gadget. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.001 < 0.05$, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.457 (bernilai positif)
3. Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi generasi Z. Hal ini berarti semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua, semakin tinggi pula perilaku konsumsi dikalangan generasi Z pada pemakaian Gadget. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.035 < 0.05$ artinya menurut statistik belum signifikan, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.155 (bernilai positif)
4. Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku israf generasi Z. Hal ini berarti semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua seseorang, semakin tinggi pula perilaku israf atau tabzir dikalangan generasi Z pada pemakaian Gadget. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.001 < 0.05$, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.416 (bernilai positif)
5. Perilaku israf berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi generasi Z. Hal ini berarti semakin tinggi perilaku israf atau tabzir seseorang, semakin tinggi pula perilaku konsumsi dikalangan generasi Z pada pemakaian Gadget. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.156 > 0.05$ artinya menurut statistik belum signifikan, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.087 (bernilai positif)
6. Gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi melalui perilaku israf sebagai variabel mediasi. Artinya perilaku israf mampu menjadi variabel mediator dalam mempengaruhi perilaku konsumsi dari variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumsi dengan pengertian semakin tinggi tingkat gaya hidup maka akan meningkat dan berdampak pada perilaku konsumsi dikalangan generasi Z pada pemakaian Gadget. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.259 > 0.05$ artinya menurut statistik belum

signifikan, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.67 yang bernilai positif

7. Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi melalui perilaku Israf sebagai variabel mediasi. Artinya perilaku israf mampu menjadi variabel mediator dalam mempengaruhi status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi dengan pengertian semakin tinggi tingkat status sosial ekonomi orang tua maka akan meningkat dan berdampak pada perilaku konsumsi dikalangan generasi Z pada pemakaian Gadget. Hasil pengujian didapatkan nilai p values $0.278 > 0.05$ artinya menurut statistik belum signifikan, adapun β atau interpretasi path coefficients dengan nilai 0.84 (bernilai positif).

Generasi Z merupakan generasi yang memiliki kecerdasan empiris berdasarkan tuntutan era dengan ini tingkat pengetahuan para generasi milenial Z semakin meningkat mengenai masalah perilaku konsumsi khususnya pada pemakaian gadget dengan mengkonsusi kuota internet. Hal ini didasari generasi milenial Z mudah mendapatkan informasi yang akurat mengenai perkembangan zaman sehingga mempermudah akses generasi milenial Z dalam menghadapi era digital.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Z. (2020). Teori Maqasid Al-Syatibi Dan Kaitannya Dengan Kebutuhan Dasar Manusia Menurut Abraham Maslow. *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam*, 22(1), 52–70. <https://doi.org/10.24252/jumdpi.v22i1.15534>
- Amaliya, L., Setiaji, K., Pd, S., Pd, M., & Artikel, S. (2017). Economic Education Analysis Journal Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). 6(3), 835–842. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Annur, C. M. (2023). Survei: Mayoritas Belanja Kuota Internet di Indonesia Semakin Meningkat pada 2022. *Katadata*, September 2022, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/01/survei-mayoritas-belanja-kuota-internet-di-indonesia-semakin-meningkat-pada-2022>
- Astuti, R. F. (2020). Pengaruh Pola Konsumsi Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Kota Samarinda. *Jurnal Edueco*, 3(1), 24–32. <https://doi.org/10.36277/edueco.v3i1.50>
- Astuti, R. P. F. (2016). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi dan life style terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. *Jurnal Edutama*, 3(2), 49–58.
- Basrowi. (2016). Sebab-sebab israf, bentuk, dampak, dan upaya solusi. *Jurnal Pendidikan*, h.12-14. <https://osf.io/psg48/download>
- Fajirin, F. B., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Islami pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif di Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 156–167. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p156-167>
- Fitriyah, N. (2013). Iklan Televisi dan Perilaku Konsumtif Anak-Anak (Studi Kasus Pada Siswa SDN 13 Serang). *Jurnal A-I-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 2(2), 110–118. <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/SPS/article/download/152/142>
- Goodwin, N., Harris, J., Nelson, J., Roach, B., & Torras, M. (2020). Consumption and the Consumer Society. *Microeconomics in Context*, 188–216. <https://doi.org/10.4324/9781315702414-19>
- Hamdan, D. (2014). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry Z10 pada Global Teleshop Cabang BEC Bandung.
- Haryanto, H. C., Wiadi, I., & Mayasari, I. (2022). Bagaimana Perilaku Konsumsi Pro Lingkungan pada Lintas Generasi? (Studi Kualitatif pada Generasi X , Y dan Z). 9, 97–124. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.2022.10.009>

- Imansari, F. I., & Fitrayati, D. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas Xi Iis Di Sma Negeri 17 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3), 1–8.
- Larasati, D., Sumastuti, E., Prastiyo Hadi, D., & Yunus, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Sma Negeri I Gubug. *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, IV, 59–69. <https://doi.org/10.23969/oikos.v4i1.2408>
- Lidwina, A. (2020). Penduduk Indonesia Gunakan Media Sosial 3,3 Jam per Hari. *Databoks*, 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/25/penduduk-indonesia-gunakan-media-sosial-33-jam-per-hari>
- Mahendra, R., Nugroho, M., & Pristiana, U. (2023). Pengaruh Status Ekonomi, Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Gaya Hidup Pada Generasi Z Dengan Perilaku Konsumtif. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 691–697. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.266>
- Maris, W. Y., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Locus of Control sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel*, 18(3), 574–584.
- Miftachul Jannah, A., & Rokhmani, L. (2021). Pengaruh gaya hidup, kecerdasan emosional dan literasi keuangan terhadap rasionalitas konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2018 Universitas Negeri Malang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(7), 697–686. <https://doi.org/10.17977/um066v1i72021p697-686>
- Muhammad Dharma, Yossie Rosanty, & Firman Ario. (2018). *basic marketing dan consumer behavior* (irawan (ed.)). Darussalam Karyabakti.
- Priyono, & Candra, T. (2016). *Esensi Ekonomi Makro*. In Zifatama Publisher (1st ed.). Zifatama Publisher.
- Puteri, H. E. (2020). *Menentukan Populasi dan Sampel Dalam Riset-Riset Ekonomi dan Perbankan Islam*. April.
- Puteri, H. E., Arinda, N., Dewi, S., & Sari, G. (2022). Self-Control and Consumptive Behavior Control in Purchasing Internet Services for Social Networking Among Muslim Millennials. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(6), 118–129. <https://doi.org/10.24018/ejsocial.2022.2.6.361>
- Puteri, H. E., Arinda, N., Mulyana, C. A., Puspita, D. O., & Husna, V. A. (2022). Examining the Determinants of Using e-Money Prepaid Software for Millennial Generation. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 183–191. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1358>
- Putra, Y. S. (2016). *TEORI PERBEDAAN GENERASI*. 9. file:///C:/Users/ACER/Downloads/142-516-1-PB.pdf
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Safri, H. (2018). *Pengantar Ilmu Ekonomi Islam*. In D. Ilham (Ed.), *Pengantar Ilmu Ekonomi Islam* (1st ed.). Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-03-4>
- Sugiarti, Y., & Andyanto, H. (2022). Pembatasan Penggunaan Gadget Terhadap Anak Dibawah Umur Oleh Orang Tua. *Jurnal Jendela Hukum*, 9(1), 81–92. <https://doi.org/10.24929/fh.v9i1.2051>
- Sukma, M. N., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 209. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1570>
- Syahvina, T. I., & Ratnasari, R. T. (2020). Pola Perilaku Konsumsi Keluarga Muslim Di Perumahan Bumi Madina Asri Surabaya Menurut Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(3), 431. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20203pp431-447>
- Syaparuddin. (2021). *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)* (M. S. Jumriani, S.Sos. (ed.); 1st ed., Vol. 5, Issue 3). TrustMedia Publishing Jl. Cendrawasih No. 3. https://doi.org/http://repositori.iain-bone.ac.id/1331/1/Perilaku%20Konsumen%20Muslim_Full%20Book%202022-1.pdf

- Tri sutarsih, Wulandari, V. C., Untari, R., Kusumatriana, A. L., & Atika. (2021). Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021 (E. Sari, L. Anggraini, & Fadjar Herbowo (eds.); Eka Sari e). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication/2022/09/07/bcc820e694c537ed3ec131b9/statistik-telekomunikasi-indonesia-2021.html>
- Virsa Putri, T., & Setyo Iriani, S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1417–1428.
- Widianita, R., Asyari, A., & Izmuddin, I. (2017). Rasionalitas Konsumsi Rumah Tangga Muslim Kota Bukittinggi. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 1(2), 98.
- Zain, R., Majdi, M. Z., & Hesti, J. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi Prodi Pendidikan Ekonomi FISE Universitas Hamzanwadi. 6(1), 186–199. <https://doi.org/10.29408/jpek.v6i1.5715>
- Zilal Afwa Ajidin, & Wahidah, N. (2023). Fenomena Flexing di Media Sosial dan Kaitannya dengan Israf. *Islamic Business and Finance (IBF)*, 4(1), 88–100. <file:///C:/Users/ACER/Downloads/21951-66364-2-PB.pdf>.