

**PENGARUH HEDONISME DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN (STUDI KASUS MASYARAKAT
KECAMATAN SELAT KABUPATEN KAPUAS)**

SKRIPSI

**OLEH
ANITA**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2024 M/1445 H**

**PENGARUH HEDONISME DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN (STUDI KASUS MASYARAKAT
KECAMATAN SELAT KABUPATEN KAPUAS)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh :

Anita

170101050737

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2024 M/1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anita
NIM : 170101050737
Tempat/Tgl. Lahir : Narahan, 17 Oktober 1999
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 27 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Anita

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif *Fashion* (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas)

Ditulis oleh : ANITA

N I M : 170101050737

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2017

Tempat dan tanggal lahir : Narahan, 17 Oktober 1999

Alamat : Handel Baru Muara, Rt 001, Rw 000, Desa Narahan Baru, Kecamatan Pulau Petak, Kabupaten Kapuas

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.


Banjarmasin, 20 Maret 2024

Pembimbing

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antsari Banjarmasin,



Faridah, S. E, M.M
9780042720 090 2010


Lutpi Samudra, SHI, MSI
NIP 198109212008011008

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Hedonisme dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas)”, ditulis oleh Anita, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 12 Juni 2024

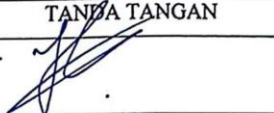
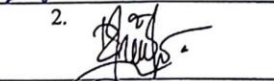


Dinyatakan LULUS dengan nilai 80,5 (predikat A)

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr/H. Sukarni, M.Ag.
NIP. 19630417 199102 1 001

TIM PENGUJI

NAMA	TANDA TANGAN
1. Dr. Ilham Akbar, S.H., M.Kn. (Ketua)	1. 
2. Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I. (Anggota)	2. 
3. Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I. (Anggota)	3. 
4. M Yulian Ma'mun, Lc, M.M (Anggota)	4. 

ABSTRAK

Anita. 2024. *Pengaruh Hedonisme dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Lutpi Sahal, SHI, MSI

Kata Kunci: Hedonisme, Lingkungan Sosial, Perilaku Konsumen.

Perilaku konsumen pada zaman sekarang dapat terbentuk oleh lingkungan sosial masyarakat atau gaya hidup yang berlebihan atau boros yang berakibat pada perilaku yang konsumtif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Hedonisme dan Lingkungan Sosial secara simultan maupun parsial terhadap Perilaku Konsumen Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas.

Jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah responden 88 orang menggunakan rumus Slovin. Model analisis menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu statistik *SPSS 22 for windows*.

Hasil penelitian, uji hipotesis dalam uji parsial (uji-t) diketahui Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat dilihat pada nilai sebesar 0,023 menunjukkan nilai lebih besar dari pada 0,05 ($0,023 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan t hitung lebih besar dari pada t-tabel ($2,322 > 1,98793$), maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen diperoleh t sebesar 2.500 dengan probabilitas 0.014 yang nilainya dibawah α (0.05). Uji simultan (uji-f) diketahui hedonisme dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Nilai hasil nilai f sebesar 14.447 dengan probailitas 0.000 yang artinya dibawah α (0,05) yang menunjukkan variabel independen (bebas) hedonisme dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (terkait) yaitu perilaku konsumen.

MOTTO

“Barang siapa bertawakkal kepada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya dan sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendakin-Nya)” (QS. Ath-Thalaq: 3)

“Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan.” (Al-Mujadillah: 11)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa
Karya yang sederhana ini untuk:

Bapak dan Ibu tercinta,
Kakak-kakakku tersayang,

Yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang
Yang tulus dan tiada ternilai besarnya
Terima kasih.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	be
ت	ta'	T	te
ث	sa'	S	es dengan titik di atas
ج	jim	J	je
ح	ha'	H	ha dengan titik di bawah
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	zal	Z	zet dengan titik di atas
ر	ra'	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	S	es dengan titik di bawah
ض	dad	D	de dengan titik di bawah
ط	ta'	T	te dengan titik di bawah
ظ	za'	Z	zet dengan titik di bawah
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	G	ge

ف	fa'	F	ef
ق	qaf	Q	qi
ك	kaf	K	ka
ل	lam	L	'el
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	we
ه	ha'	H	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	ya'	Y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	Ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>al-qudus</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>jami'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>maktabah</i>


(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	Ditulis	<i>al-maktabah al-jamilah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal pendek

◌َ	Fathah	ditulis	a
----	--------	---------	---

	kasrah	ditulis	i
	dammah	ditulis	u
شكر	fathah	ditulis	syakara
قرأ	kasrah	ditulis	quri'a
ينطق	dammah	ditulis	yantiqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	Ditulis ditulis	a kamilah
2	fathah + ya mati صلى	Ditulis ditulis	a salla
3	kasrah + ya mati شديد	Ditulis ditulis	i syadid
4	dammah + wawu mati صدر	Ditulis ditulis	u sudur

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	Ditulis ditulis	ai ruwaidun
2	fathah + wawu mati و فرعون ذي الأوتاد	Ditulis ditulis	au wa fir'auna zi al-autad

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم أشد خلقا	Ditulis	a'antum asyaddu khalqan
---------------	---------	-------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitab</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	Ditulis	<i>as-subh}u</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sahirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-walidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>Iza asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Hedonisme dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas)”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Rohana Faridah, SE.,MM., selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Lutpi Sahal, SHI, MSI., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Ibu dan Bapakku, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, 27 Mei 2024

Penulis,


(Anita)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Signifikansi Penelitian.....	8
E. Definisi Operasional.....	10
F. Kerangka Pemikiran	12
G. Hipotesis Penelitian.....	13
H. Penelitian Terdahulu	14
I. Sistematika Pembahasan	16
BAB II PERILAKU KONSUMEN, GAYA HIDUP HEDONIS DAN LINGKUNGAN SOSIAL	18
A. Perilaku Konsumen	18
B. Gaya Hidup Hedonis	28
C. Lingkungan Sosial.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	47
B. Lokasi Penelitian	47

C. Subjek dan Objek Penelitian	48
D. Populasi dan Sampel Penelitian	48
E. Data dan Sumber Data.....	49
F. Metode Pengumpulan Data	50
G. Desain Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	51
H. Teknik Analisis Data	53
I. Tahapan Penelitian	57
BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN	59
A. Penyajian Data.....	59
B. Hasil Penelitian	62
C. Analisis Data	76
BAB V PENUTUP.....	99
A. Simpulan.....	99
B. Saran-saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	105
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	51
Tabel 3. 2 Indikator Kuesioner.....	51
Tabel 4. 1 Pengukuran Skala.....	63
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Skor Item Variabel Gaya Hidup (X1)	64
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Skor Item Variabel Lingkungan Sosial (X2).....	65
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Skor Item Variabel Perilaku Konsumen.....	66
Tabel 4. 5 Uji Validitas	67
Tabel 4. 6 Uji Reliabelitas.....	68
Tabel 4. 7 Uji Normalitas.....	69
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4. 9 Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji Signifikan T	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Signifikan F	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengeluaran Konsumsi Masyarakat Pada Kuartal Tahun 2022	6
Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran	13
Gambar 4. 1 Data Responden Berdasarkan Umur	60
Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Gambar 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Gambar 4. 5 Uji Heteroskedastisitas	71