

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Konsumsi merupakan pemanfaatan tenaga kerja dan produk oleh individu untuk mengatasi setiap permasalahannya, termasuk kebutuhan dasar maupun kebutuhan sekunder, barang-barang mewah serta kebutuhan jasmani dan rohani. Konsumsi adalah praktik sehari-hari dalam masyarakat modern, dilakukan tidak hanya untuk memenuhi persyaratan dasar tetapi juga untuk memuaskan keinginan yang tak terbatas, termasuk untuk ketenaran dan pengakuan dilingkungan masyarakat. Mencari kepuasan dan memuaskan hasrat yang tidak ada habisnya, dapat membuat perilaku konsumsi jadi tidak terbatas, memenuhi keinginan sementara yang membuat tindakan konsumsi menjadi berlebihan.¹

Perilaku konsumtif menurut Sumartono merupakan suatu cara berperilaku yang umumnya tidak didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang masuk akal, melainkan berdasarkan keinginan-keinginan yang tidak lagi sampai pada tingkat yang tidak masuk akal. Cara berperilaku yang berlebihan sudah melekat dalam diri seseorang jika pembelian individu tersebut di luar kebutuhan wajar dan pembelian umumnya tidak didasarkan pada faktor kebutuhan tetapi saat ini didasarkan pada faktor keinginan. Dengan asumsi aktivitas belanja yang dilakukan seseorang tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan, tetapi

¹ Lidya David, "Hubungan Antara *Self-Control* dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran, *Jurnal E-Biomedik (EBM)* 3, no 1, (Januari-April 2015): 43

didasari oleh motivasi untuk mendapatkan sensasi, tantangan, kegembiraan, sosialisasi, dan melepas stres.

Gaya hidup seseorang pada dasarnya sering kali berubah dan tidak selalu stabil. Seseorang ingin memaksimalkan penampilannya dengan mengubah modelnya agar terlihat lebih *stylish* dan berbeda dari orang lain. Pada akhirnya, masyarakat semakin bergantung pada konsumsi berbagai gaya pakaian atau hijab terkini.² Pada hakikatnya jilbab merupakan alat penutup aurat bagi setiap perempuan dan perintah tersebut difirmankan Allah dalam *Q.S An-Nur* ayat 31:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا
وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ
أَوْ أَبْنَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوْ
التَّبَعِينَ غَيْرِ أُولِي الْأَرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوْ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ
لِيُعْلَمَ مَا يَخْفَيْنَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: "Katakanlah kepada para perempuan yang beriman hendaklah mereka menjaga pandangannya, memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (bagian tubuhnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya. Hendaklah pula

² Devi Anandita, "Konsumsi Tanda Pada Fashion Hijab (Deskripsi Konsumsi Fashion Hijab pada Anggota Hijab Beauty Community, Malang)", *Jurnal Mahasiswa Sosiologi* 3, no. 1 (Mei 2014)

mereka tidak menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali kepada suami mereka, ayah mereka, ayah suami mereka, putra-putra mereka, putra-putra suami mereka, saudara-saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara perempuan mereka, para perempuan (sesama muslim), hamba sahaya yang mereka miliki, para pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan), atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Hendaklah pula mereka tidak mengentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Bertobatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung."³

Dalam ayat tersebut Allah SWT berpesan kepada hamba-Nya untuk mengingatkan para wanita agar tidak melirik hal-hal yang tidak halal bagi mereka, seperti bagian rahasia laki-laki atau perempuan, terutama antara pusar dan lutut bagi laki-laki dan seluruh tubuh bagi perempuan. Demikian pula mereka diminta untuk menjaga kemaluannya (*farji*) agar tidak terjerumus ke dalam lembah kekafiran atau terlihat oleh orang lain.⁴ Berdasarkan hal tersebut, menutup aurat sebuah petunjuk atau isyarat bahwa manusia tidak memerlukan usaha untuk mewujudkannya dan tenaga berat. Menutupi aurat mudah dilakukan karena cenderung mudah dilakukan dengan bahan apa saja yang ada meskipun itu sehelai daun (asalkan bisa menutupinya).⁵

³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan Juz 11-20*, (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019)

⁴ Redaksi Tafsir Tahili, *Tafsir QS An-Nur Ayat 31*, <https://tafsiralquran.id/tafsir-surah-an-nur-ayat-31/>, diakses pada tanggal 12 Maret 2023, pukul 10.24

⁵ Muhamad Saprudin,dkk."Motivasi Pemakaian Jilbab Mahasiswi Islam Universitas Negeri Jakarta", *Jurnal Studi Al-Qur'an*, Vol.12, no.2 (2016): 183

Seluruh mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Kediri tentunya mengenakan jilbab karena kampus tersebut merupakan lembaga pendidikan tinggi yang berbasis Islam. Beberapa dari mereka umumnya suka berfokus untuk menjadi menarik dan cantik ketika dilihat oleh lawan jenis meskipun mereka jauh dari tuntutan Islam, yaitu berpakaian sopan dan menutupi aurat mereka dan tanpa cela sebagaimana yang diharapkan. Akibat perkembangan media informasi yang sangat pesat, jilbab juga berkembang menjadi budaya luas yang mempengaruhi pola pikir seseorang. Ini secara signifikan telah mengubah perilaku mereka dan menginspirasi beberapa dari mereka untuk memilih dan mengenakan jilbab, meskipun gagasan jilbab yang modis mungkin berbeda dari gagasan jilbab yang seharusnya dikenakan.⁶

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di IAIN Kediri sendiri memiliki 4 program studi yakni program studi Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Akuntansi Syariah dan Manajemen Bisnis Islam. Dalam penelitian ini, peneliti meneliti mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2021 karena ketika melakukan observasi, peneliti menemukan bahwa diantara 4 program studi tersebut angkatan 2021 yang banyak berperilaku konsumtif dalam pembelian jilbab. Berikut adalah data perbandingan frekuensi pembelian jilbab 4 program studi di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.

⁶ Rano Saputro, "Perilaku Konsumsi Mahasiswi Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak Dalam Mengikuti Trend Fashion (Sebuah Telaah Teori Konsumsi Islam)," *Al masalah*, no. 13 Vol. 10 (2017)

Tabel 1.1**Frekuensi Pembelian Jilbab Mahasiswi FEBI Angkatan 2020-2022**

No.	Program Studi	Angkatan 2020	Angkatan 2021	Angkatan 2022
1.	Ekonomi Syariah	1-2 kali	2-5 kali	1-3 kali
2.	Perbankan Syariah	1-2 kali	1-3 kali	1-4 kali
3.	Akuntansi Keuangan Syariah	1-3 kali	1-3 kali	2-3 kali
4.	Manajemen Bisnis Islam	2-3 kali	1-2 kali	1-3 kali

Sumber: Observasi pada tanggal 13 Maret 2023

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa frekuensi pembelian jilbab mahasiswi FEBI angkatan 2020-2022 paling banyak dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2021 yaitu dengan frekuensi pembelian 2-5 kali dalam satu bulan. Sedangkan mahasiswi program studi perbankan syariah membeli jilbab dengan frekuensi pembelian 1-4 kali dalam satu bulan, mahasiswi program studi akuntansi keuangan syariah dan manajemen bisnis Islam hanya 1-3 kali dalam satu bulan. Menurut Indri Anggraini mengategorikan tingkat perilaku konsumtif berdasarkan intensitas belanja menjadi kategori 1-3x, kategori 4-7x, kategori 8->10x. Dimana kategori normal yaitu 1-3x belanja

dalam satu bulan, kategori tinggi yaitu 4-7x belanja dalam satu bulan, kategori sangat tinggi yaitu 8->10x belanja dalam satu bulan⁷. Dalam hal ini mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2021 IAIN kediri dikatakan tinggi dalam pembelian jilbab. Ini dikuatkan dengan wawancara yang peneliti lakukan dengan salah satu mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2021 yaitu Miftakul Azizah menyampaikan bahwa dirinya dalam satu bulan mereka bisa membeli jilbab sebanyak 1-5 pcs, dan hal tersebut juga dapat dilihat dari jilbab yang mereka kenakan saat ke kampus.⁸

Berikut hasil observasi terhadap mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2021 yang berperilaku konsumtif terhadap pembelian jilbab dalam kehidupan sehari-hari karena membeli jilbab lebih dari 2 pcs dalam 1 bulan.

Tabel 1.2

Pembelian Jilbab Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2021 Dalam Satu Bulan

No.	Jumlah Jilbab	Responden
1.	1-3 pcs per bulan	14 orang
2.	Diatas 3 pcs per bulan	16 orang
	Jumlah	30 orang

Sumber: Data Diolah Peneliti, 13 maret 2023

⁷ Indri Anggraini, "Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif *Online Shopping* pada Wanita Usia Dewasa Awal", (Skripsi Sarjana, Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, 2019)

⁸ Miftakul Azizah, Wawancara oleh Penulis, 04 Desember 2023

Berdasarkan data diatas, dari 30 responden sebanyak 16 responden membeli jilbab lebih dari 3 pcs dalam satu bulan, sedangkan 14 lainnya membeli jilbab kurang lebih 1 sampai 3 pcs dalam satu bulan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2021 mempunyai tingkat konsumtif yang berlebih. Fenomena fashion hijab menarik untuk diteliti dikarenakan total pelajar perempuan yang lebih dominan dan hanya pelajar perempuan yang berhijab Pada dasarnya mahasiswi secara psikologis lebih labil daripada mahasiswa laki-laki dan mahasiswi termasuk kelompok yang relatif mudah dipengaruhi oleh budaya dan pola yang berkesinambungan.⁹ Sekarang, jilbab tidak hanya dipandang sebagai pakaian tertutup yang terlihat tradisional dan kuno, tetapi juga tersedia dalam berbagai varian dan model yang menarik, yang membuat para mahasiswi semakin tertarik untuk memakainya agar tidak terlihat ketinggalan zaman.

Kebiasaan konsumsi mahasiswi sebenarnya terbentuk ketika mereka remaja. Selain itu, remaja masih labil dengan pengelolaan uang yang belum efektif dan seringkali lebih rentan terhadap dampak iklan. Mereka juga cenderung ikut-ikutan dan sering terpengaruh oleh bujuk rayu. Perilaku tersebutlah yang dinamakan sebagai perilaku konsumtif. Sebagai muslim dalam mengkonsumsi juga harus berpedoman pada ajaran Islam. Q.S Al-A'raf ayat 31 mengingatkan kita untuk tidak berperilaku konsumtif, apalagi perbuatan yang mubazir dan berlebihan. Ayat tersebut adalah sebagai berikut:

⁹ Galuh Endang Pergiawati, "Konformitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Berjilbab Mahasiswi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman", *Jurnal Psikoborneo*, Vol 4, (2016): 494

﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ۗ ﴾

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.”

Allah SWT memerintahkan umat-Nya untuk berpakaian sopan dan sesuai dengan syariat Islam, yaitu memakai pakaian yang bersih dan sederhana serta menutup aurat saat shalat. Makan dan minumlah makanan dan minuman yang baik yang telah diberikan Allah kepada kita dan jangan makan berlebihan karena dapat menimbulkan penyakit. Oleh karena itu, Allah SWT melarang segala sesuatu yang berlebih-lebihan, baik dalam makanan maupun pakaian.

Berdasarkan pemaparan pernyataan-pernyataan diatas, diketahui bahwa memang mahasiswi prodi Ekonomi Syariah angkatan 2021 banyak berperilaku konsumtif dalam pembelian jilbab. Ketika penulis melakukan survei awal, beberapa dari mereka mengatakan bahwasannya mereka tertarik membeli jilbab karena adanya ketertarikan ketika melihat *influencer TikTok*, mmelihat Instagram *story* ataupun Whatsapp *story* yang mengedepankan hijab dengan variasi yang menarik, contoh kekinian dengan model yang baru dan terus berkembang. Keinginan untuk membeli hijab terus meningkat karena membutuhkan model-model baru di lemari mereka yang dapat mereka padu padankan dengan pakaian atau busana lainnya.¹⁰ Tidak hanya itu seperti yang diungkapkan Uswatun Chasanah, salah satu mahasiswi program studi Ekonomi

¹⁰ Dicha Citra Tamara Abela, Wawancara oleh Penulis, 27 Februari 2023

Syariah angkatan 2021 bahwa dirinya sering membeli jilbab yang sedang *trend*, misal seperti jilbab pasmina model terbaru ataupun jilbab instan bergo.¹¹ Dengan adanya *trend* hijab yang modelnya semakin beragam memberikan kemudahan bagi mereka untuk mengenakannya. Daripada mereka *styling* hijab, mereka lebih memilih membeli dan mengenakan jilbab simpel dengan model yang mereka inginkan tanpa perlu di *styling* lagi, seperti contoh seperti jilbab pasmina instan. Jilbab tersebut sudah dilengkapi dengan inner (ciput hijab) yang menempel jadi satu dengan jilbab, sehingga mereka lebih mudah untuk menganakannya dan tentunya tetap *fashionable* dan kekinian.

Penilaian bahwasannya membeli jilbab dikarenakan sesuai dengan model pasti mendapatkan penerimaan dari lingkungan sosial dan meningkatkan kepercayaan diri. Selain itu, jika jilbab menarik, mahasiswi akan lebih termotivasi untuk membelinya, yang pada akhirnya dapat menghasilkan pola konsumsi yang tidak wajar dan tidak rasional. Sebagai contoh seseorang yang telah memiliki jilbab dengan beraneka warna, pastinya secara rasional seseorang tersebut tidak perlu membeli jilbab lagi atau dengan kata lain ia tidak membutuhkannya. Tetapi apa yang terjadi, perilaku konsumen secara irasional muncul yaitu ketika terdapat jenis jilbab baru mahasiswi tidak dapat menahan keinginannya untuk membeli. Mereka akan berusaha mengeluarkan uang yang dimiliki hanya untuk memuaskan hasratnya.

Peneliti berasumsi awal bahwa perilaku pembelian jilbab yang berlebihan bertentangan dengan konsep nilai-nilai Islam yang melatih pola konsumsi yang

¹¹ Uswatun Chasanah, Wawancara Oleh Penulis, 27 Februari 2023

moderat (wajar), tidak berlebihan dan tidak pula terlalu banyak. Namun, hal ini perlu diteliti lebih dalam dengan seperangkat metode penelitian ilmiah. Sehubungan dengan permasalahan diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan mengangkat masalah ini sebagai topik dalam penulisan skripsi yang berjudul **“PERILAKU KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN JILBAB PERSPEKTIF KONSUMSI ISLAM (Studi Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2021 IAIN Kediri)”**

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Kediri dalam pembelian jilbab?
2. Bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Kediri dalam pembelian jilbab perspektif konsumsi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari penelitian ini di antaranya yakni:

1. Untuk menganalisis perilaku konsumtif mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Kediri dalam pembelian jilbab.
2. Untuk menganalisis perilaku konsumtif mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Kediri dalam pembelian jilbab perspektif konsumsi Islam.

Untuk menghindari kesimpang siuran agar masalah dalam pembahasan terarah dan tidak melebar dari pokok pembahasan, serta memudahkan

penelitian yang dilakukan, maka peneliti membatasi permasalahan penelitian ini yaitu hanya terfokus pada pembelian jilbab saja.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan memberikan gambaran mengenai perilaku konsumtif dari perspektif konsumsi Islam dan berfungsi sebagai sumber pengetahuan dan informasi bagi semua pihak yang berkepentingan, terutama bagi mahasiswa Ekonomi Syariah tentang bagaimana perilaku konsumsi yang tepat.

2. Secara Praktis

a. Bagi akademis

Temuan studi ini akan membantu mahasiswa Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri Kediri mendapatkan lebih banyak pemahaman dan keahlian, khususnya di bidang perilaku konsumtif dan diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa lain yang tertarik untuk melakukan penelitian yang serupa.

b. Bagi peneliti

Sebagai sarana penerapan dan mengaplikasikan teori-teori yang sudah didapatkan di kuliah, untuk memperoleh wawasan dan untuk mempersiapkan diri menangani persoalan-persoalan di kancah publik sebelum memasuki realitas kerja masa kini, serta mendapatkan pengetahuan mengenai perilaku konsumsi dalam perspektif konsumsi Islam.

E. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu yang digunakan peneliti diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah STAIN Kediri Angkatan 2013 Pada Produk Tas *Branded* Imitasi Perspektif Ekonomi Syariah, tahun 2017 yang ditulis oleh Yeni Kusumaningtyas dari STAIN Kediri. Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2013 memiliki pemahaman yang sangat baik berdasarkan perilaku mahasiswi tersebut. Mereka bisa beragumen menggunakan teori-teori yang sudah ada untuk mendukung konsep mengkonsumsi dalam Islam. Terlepas dari kenyataan bahwa mereka paham akan pandangan Islam tentang konsumsi, mereka belum bisa berperilaku konsumsi sesuai dengan konsep yang mereka pahami.¹² Persamaannya dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah keduanya membicarakan perilaku konsumsi mahasiswi menggunakan metode penelitian kualitatif, perbedaannya jika penelitian tersebut menggunakan objek tas *branded* imitasi penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan jilbab sebagai objeknya.
2. Skripsi yang berjudul Perilaku Konsumtif *Bengkulu Hijabers Comuity (BHC)* Dalam Berbusana ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam, tahun 2017 yang ditulis oleh Nena Triana dari IAIN Bengkulu. Dalam berperilaku

¹² Yeni Kusumaningtyas, "Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah STAIN Kediri Angkatan 2013 Terhadap Produk Tas *Branded* Imitasi Perspektif Ekonomi Syariah", (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2017)

konsumsi para anggota BHC masih mementingkan keinginan daripada kebutuhan, faktor yang mempengaruhinya dalam mengkonsumsi busana yaitu kelompok acuan, motivasi dan pendapatan. Sedangkan perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam belum sepenuhnya sesuai dengan konsep ekonomi Islam. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti bagaimana perilaku konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Untuk perbedaannya terletak pada subyek penelitiannya, penelitian ini menggunakan komunitas hijab dan busana sebagai subyeknya sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan mahasiswi dan jilbab sebagai subyeknya.¹³

3. Skripsi yang berjudul Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Dalam Membeli Produk *Online Shop* (Perilaku Konsumsi Islam) tahun 2021, yang ditulis oleh Riza Rosyida Khoiriyah dari IAIN Ponorogo. Secara garis besar banyak mahasiswi yang mengkonsumsi tidak sesuai dengan syariat Islam. Salah satu alasannya adalah karena sebagian besar mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo sebelumnya bersekolah di sekolah negeri dan sangat sedikit yang bersekolah di lembaga keagamaan seperti pesantren, sehingga mereka kurang paham mengenai syariat-syariat Islam.¹⁴ Perbandingannya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah

¹³ Nena Triana, "Perilaku Konsumtif *Bengkulu Hijab Community (BHC)* dalam Berbusana ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi Sarjana FEBI IAIN Bengkulu, 2017)

¹⁴ Riza Rosyida Khoiriyah, "Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Dalam Membeli Produk Online Shop (Perilaku Konsumsi Islam)", (Skripsi Sarjana FEBI IAIN Ponorogo, 2021)

keduanya meneliti perilaku konsumtif mahasiswa dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan mengingat tujuan yang ingin dicapai dan jenis informasi yang diperlukan, maka jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Untuk perbedaan jika skripsi ini menggunakan *online shop* sebagai objeknya, sedangkan penelitian yang kan saya lakukan menggunakan jilbab sebagai objeknya.

4. Skripsi yang berjudul Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Memiliki Usaha dan Tidak Memiliki Usaha (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 IAIN Metro) tahun 2018, yang ditulis oleh Tiya Wiryanti dari IAIN Metro. Bisa dikatakan bahwasannya mahasiswa yang mempunyai upaya condong mengkonsumsi lebih sedikit daripada mereka yang tidak. Karena orang yang sudah tahu cara menghasilkan uang akan lebih menghargainya, mahasiswa yang memiliki bisnis mendasarkan keputusan konsumsi mereka pada kebutuhan daripada keinginan. Sementara siswa yang tidak memiliki usaha atau bisnis mendasarkan tingkat konsumsi mereka pada keinginan untuk membeli barang dengan harga murah, mengikuti teman sebaya, dan mengabaikan kegunaan barang itu sendiri.¹⁵ Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama menggunakan perilaku konsumtif sebagai objeknya dan menggunakan jenis study lapangan yang sifatnya kualitatif. Perbedaannya objek dari penelitian

¹⁵ Tiya Wiryanti, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Memiliki Usaha dan Tidak Memiliki Usaha (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 IAIN Metro)", (Skripsi Sarjana Prodi Ekonomi Syariah IAIN Metro, 2018)

tersebut merupakan mahasiswa yang mempunyai usaha maupun tidak sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini menggunakan pembelian jilbab sebagai objeknya.

5. Skripsi yang berjudul Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Membeli Produk Fashion, tahun 2018 yang ditulis oleh Sunita Sari dari Universitas Negeri Jakarta. Menurut penelitian ini, faktor psikologis mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian produk fashion. Faktor-faktor ini mempengaruhi remaja untuk membeli produk fashion karena mereka percaya bahwa berpakaian menarik akan membuat mereka menjadi pusat perhatian (*trendsetter*) dan berpakaian sesuai dengan tren akan membuat mereka merasa lebih percaya diri.¹⁶ Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu sama-sama membahas mengenai perilaku konsumtif. Perbedaannya penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teknik kualitatif dan subyek pemeriksaan tersebut menggunakan remaja dalam pembelian fashion sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan subyek mahasiswa dalam pembelian jilbab.

¹⁶ Sunita Sari, "Analisis Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Membeli Produk Fashion", (Skripsi Sarjana Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta, 2019)