

## Determinan Perilaku *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Penerima Kip-K dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Rahmat Hidayatulloh, Listian Indriyani Achmad, Sukron Mamun,  
Yudianto Achmad

Universitas Pelita Bangsa

mathidayatullohr156@gmail.com, listian.achmad@pelitabangsa.ac.id,

sukron@pelitabangsa.ac.id, yudianto.acmad@pelitabangsa.ac.id

### ABSTRACT.

*This study aims to examine the effect of Living Cost Assistance and Peer Conformity on Impulsive Buying behavior among KIP-K scholarship recipients in the Sharia Economics Study Program at Universitas Pelita Bangsa, within the perspective of Islamic economics. This research employed a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to 65 respondents selected using the Slovin formula. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results indicate that Living Cost Assistance has a positive and significant effect on Impulsive Buying ( $t = 3.031$ ;  $p = 0.004$ ), and Peer Conformity also has a positive and significant effect ( $t = 13.699$ ;  $p = 0.000$ ). Simultaneously, both variables significantly influence Impulsive Buying ( $F = 111.631$ ;  $p = 0.000$ ), with a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.783. From the perspective of Islamic economics, these findings suggest that financial availability and social pressure may encourage consumption beyond essential needs if not accompanied by self-control and prudent financial management. Therefore, strengthening financial literacy based on the principles of tawazun (balance), qana'ah (contentment), and mas'uliyah (responsibility) is essential in managing living cost assistance.*

**Keywords:** *Living Cost Assistance, Peer Conformity, Impulsive Buying, Islamic Economics*

### ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Bantuan Biaya Hidup dan Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Impulsive Buying pada mahasiswa penerima KIP-K Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Pelita Bangsa dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 65 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bantuan Biaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Impulsive Buying ( $t = 3,031$ ;  $p = 0,004$ ), demikian pula Konformitas Teman Sebaya berpengaruh positif dan signifikan ( $t = 13,699$ ;  $p = 0,000$ ). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Impulsive Buying ( $F = 111,631$ ;  $p = 0,000$ ) dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,783. Dalam perspektif ekonomi syariah, temuan ini menunjukkan bahwa ketersediaan dana dan tekanan sosial berpotensi mendorong konsumsi yang melampaui kebutuhan apabila tidak disertai pengendalian diri dan pengelolaan keuangan yang bijak. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan berbasis nilai tawazun, qana'ah, dan mas'uliyah menjadi penting dalam pengelolaan bantuan biaya hidup.

**Kata kunci:** *Bantuan Biaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya, Impulsive Buying, Ekonomi Syariah*

## PENDAHULUAN

Perilaku *impulsive buying* menjadi salah satu bentuk perilaku konsumsi yang sering ditemui di masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda. Tindakan ini biasanya terjadi karena dorongan emosional sesaat, bukan karena pertimbangan rasional atau kebutuhan yang benar-benar mendesak (Nugroho, 2022). Sehingga mereka seringkali tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan (Busstommi, 2024). Hal ini dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, dan di antara dugaannya adalah faktor ekonomi seperti adanya bantuan biaya hidup yang memunculkan psikologis ketersediaan uang dan faktor sosial seperti konformitas teman sebaya.

Bantuan biaya hidup merupakan bantuan pemerintah kepada mahasiswa yang bertujuan untuk membantu mahasiswa dari keluarga kurang mampu agar dapat melanjutkan pendidikan tinggi tanpa terkendala masalah ekonomi dan memenuhi kebutuhan dasarnya selama perkuliahan (Kemenag, 2020). Namun, dalam teori kebutuhan Maslow (1943) dikatakan bahwa ketika seseorang terpenuhi kebutuhan dasarnya, akan memunculkan tingkat konsumsi lebih lanjut, dan bukan berorientasi pada kebutuhan melainkan pada aktualisasi diri, adaptasi dengan lingkungan, dan pengakuan. Selain itu kecenderungan ini didukung oleh teori persepsi adanya ketersediaan uang, seseorang yang memiliki ketersediaan uang akan merasa lebih leluasa dalam membelanjakan uangnya dan cenderung memiliki perasaan positif serta dorongan spontan untuk membeli barang tanpa perencanaan rasional (Beatty & Ferrell, 1998).

Selain faktor ekonomi, faktor sosial juga diduga berpengaruh terhadap perilaku *impulsive buying*. Lingkungan sosial memiliki pengaruh besar terhadap perilaku seseorang karena di dalamnya terdapat proses saling meniru dan menyesuaikan diri (Soya Sobaya & Hidayanto, 2016). Dengan kata lain, kebiasaan seseorang dalam bertindak atau mengonsumsi sesuatu sering kali terbentuk oleh kebiasaan yang berlaku di lingkungan tempat ia berinteraksi. Tingkat lanjut dari kecenderungan ini adalah perasaan perlu mengikuti kebiasaan kelompok agar dapat diterima (Kristalinawati *et al.*, 2025).

Kecenderungan akibat faktor ekonomi dan faktor sosial diperkuat dari hasil observasi awal yang dilakukan peneliti melalui wawancara singkat terhadap beberapa mahasiswa penerima Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIP-K) Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2022 Universitas Pelita Bangsa pada tanggal 30 Januari 2026. Berdasarkan pengamatan awal tersebut, peneliti menemukan adanya perilaku pembelian secara spontan yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa KIP-K. Perilaku ini muncul di situasi di mana mahasiswa sedang menerima dukungan biaya selama pembelajaran, dan lingkungan pertemanan selama perkuliahan. Hal ini menguatkan dugaan peneliti, apakah betul faktor ekonomi dan sosial memang berkontribusi dalam merubah perilaku konsumsi mahasiswa.

Selain itu, dalam sudut pandang syariah, segala macam perbuatan berlebihan (*israf*) dilarang oleh Allah. Dan Allah menganjurkan manusia agar dapat seimbang dalam berbelanja (*tawazun*). Dari uraian di atas, hal ini lah yang membuat

peneliti ingin mengkajinya lebih lanjut yaitu dengan judul “Pengaruh Bantuan Biaya Hidup dan Konformitas Teman Sebaya Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”

Penelitian sebelumnya juga pernah mengkaji perilaku *impulsive buying* dari sudut pandang ekonomi di antaranya adalah Azizi, Arfani, Agustina, dan Sanjaya (2020) menemukan bahwa kesenangan hedonis memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *impulsive buying* dan *availability of money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Rifqi Ahmad Nuruddin (2024) menemukan bahwa promosi penjualan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku pembelian impulsif konsumen, dan *availability of money and time* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku pembelian impulsif konsumen Shopee generasi Z. Penelitian lain yang membahas dari sudut pandang sosial seperti yang dilakukan oleh Nadea Rosi Atini Putri (2019) menemukan bahwa ada hubungan yang negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* dan ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap *impulsive buying*, Elsa Azalika dan kawan-kawan (2025) menemukan bahwa FOMO dan konformitas teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*.

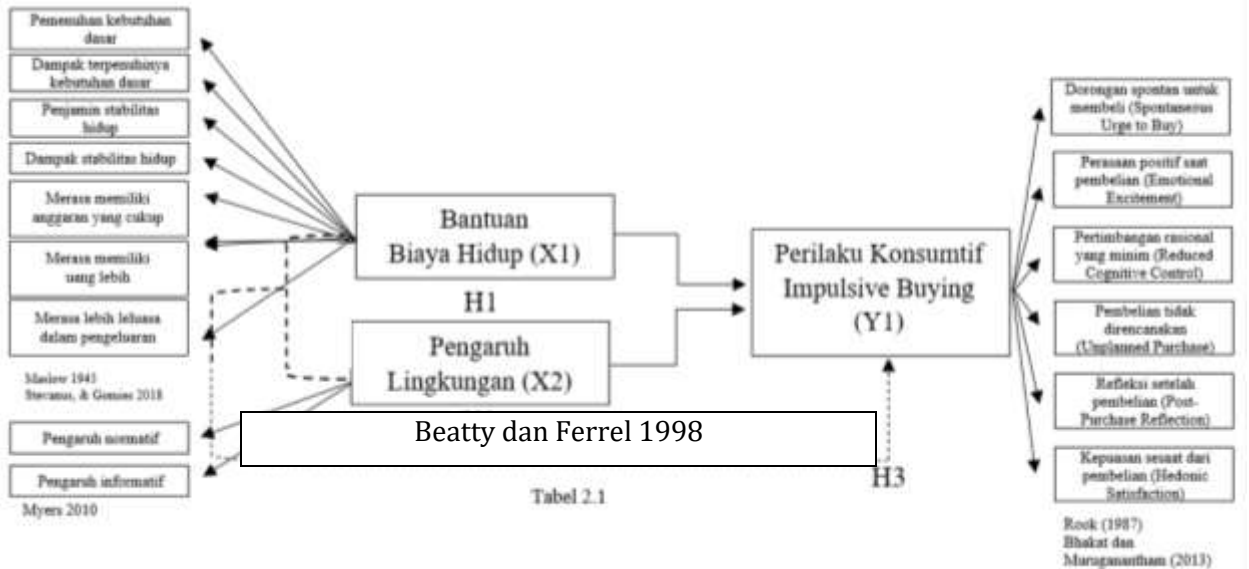
Dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan, ditemukan bahwa terdapat faktor-faktor yang memengaruhi perilaku *impulsive buying*, yang termasuk di dalamnya ketersediaan uang dan konformitas teman sebaya. Namun peneliti menemukan bahwa penelitian yang membahas *impulsive buying* dalam konteks mahasiswa KIP-K belum banyak ditemukan. Padahal penerima KIP-K sangat relevan dengan konteks dua variabel tersebut. Kemudian, penelitian yang membahas dua faktor antara ekonomi dan sosial dalam satu model penelitian juga masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian yang membahas perilaku *impulsive buying* dari perspektif ekonomi syariah juga jarang ditemukan.

Sejalan dengan latar belakang tersebut, penelitian ini berusaha untuk menjawab pertanyaan : Apakah bantuan biaya hidup berpengaruh terhadap perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa penerima Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIP-K)? kemudian apakah konformitas teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa penerima Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIP-K)? dan apakah bantuan biaya hidup dan konformitas teman sebaya secara simultan berpengaruh terhadap perilaku *impulsive buying*?. Sehingga ketika pertanyaan tersebut terjawab, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah literasi keuangan khususnya pada mahasiswa penerima KIP-K. Serta menjadi sumber acuan bagi pemerintah, ataupun pengelola KIP-K dalam pendampingan atau edukasi pengelolaan keuangan kepada mahasiswa penerima KIP-K.

## TINJAUAN LITERATUR

Dalam variabel bantuan biaya hidup, peneliti menggunakan teori kebutuhan Maslow (1943). Dan teori ketersediaan uang Beatty & Ferrell (1998). Sedangkan dalam variabel konformitas teman sebaya peneliti menggunakan teori konformitas Myers (2010). Dan selanjutnya variabel *impulsive buying*, peneliti menggunakan teori *impulsive buying* Dennis W.Rook (1987) serta Bhakat dan Muruganatham (2025).

Adapun indikator dan kerangka teori dari variabel-variabel di atas adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Teori

Penelitian terdahulu yang mengkaji perilaku *impulsive buying* dari sudut pandang faktor ekonomi telah banyak dilakukan seperti yang dilakukan oleh Stevanus J., Tamalene A. H., dan Pattipeilohy V. R. (2018) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Ketersediaan Uang dan Konsumsi Hedonis terhadap Pembelian Impulsif Produk Oleh-Oleh Khas Kota Ambon”. Serta penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Haddid Azizi, Muhammad Naufal Arfani, Yerlinda Agustina, dan Vicky F. Sanjaya (2020) yang berjudul “Pengaruh Kesenangan Hedonis, *Availability of Time*, dan *Availability of Money* terhadap *Impulse Buying* (Studi Kasus pada Marketplace Shopee)”. Keduanya menemukan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara ketersediaan uang terhadap perilaku *impulsive buying*.

Penelitian lain yang membahas dari sudut pandang faktor sosial juga pernah dilakukan seperti Elsa Azalika dan kawan-kawan (2025) dalam artikel yang berjudul “Pengaruh Fomo Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Pembelian Impulsif Pada E-commerce Tiktok Dengan Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi pada Gen Z pengguna E-commerce Tiktok di Bandar Lampung)”. Serta penelitian Saniatur Rizqiyah (2023) dalam skripsinya di Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang mengkaji pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku *impulsive buying* melalui e-commerce pada mahasiswi angkatan 2020–2022. Keduanya menemukan bahwa adanya pengaruh signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku *impulsive buying*.

Dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Kebaharuan penelitian ini pertama terletak pada populasi penelitian. Penelitian ini berusaha membahas perilaku *impulsive buying* dari sudut pandang mahasiswa penerima KIP-K. Kedua, penelitian ini berusaha meneliti *impulsive buying* dengan menggabungkan dua faktor antara ekonomi dan sosial. Dan terakhir, penelitian ini berusaha untuk

membahas *impulsive buying* dari perspektif ekonomi syariah. Maka dari itu, penelitian ini berusaha untuk mengisi celah yang ada, dan menambah literasi terkait variabel-variabel yang nanti akan dibahas.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh bantuan biaya hidup, dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku *impulsive buying* dengan menggunakan data statistik. Seluruh variabel diukur menggunakan instrumen kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari penelitian terdahulu. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Ekonomi Syariah Universitas Pelita Bangsa tahun angkatan 2022. Penentuan jumlah sampel diukur menggunakan rumus Slovin, dengan jumlah sampel digunakan sebanyak 65 orang.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan terkait variabel yang akan diuji. Kemudian jawaban penelitian akan diolah menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Penggunaan SPSS dipilih karena penelitian akan menguji pengaruh anvariabel independen dengan variabel dependen melalui analisis regresi. Pengujian yang akan dilakukan dalam penelitian ini di antaranya adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji statistic deskriptif, uji asumsi klasik yang berisi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, kemudian uji analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi. uji hipotesis yang berisi uji F. dan uji T.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Validitas

##### 4.1 Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomer Item	r hitung	r tabel	Kesimpulan
<i>Impulsive Buying</i> (Y)	Y1	0,621	0,244	Valid
	Y2	0,713	0,244	Valid
	Y3	0,705	0,244	Valid
	Y4	0,740	0,244	Valid
	Y5	0,680	0,244	Valid
	Y6	0,681	0,244	Valid
	Y7	0,586	0,244	Valid
	Y8	0,767	0,244	Valid
Bantuan Biaya Hidup (X1)	X1.1	0,921	0,244	Valid
	X1.2	0,934	0,244	Valid
	X1.3	0,944	0,244	Valid
	X1.4	0,931	0,244	Valid
	X1.5	0,758	0,244	Valid

	X1.6	0,712	0,244	Valid
	X1.7	0,891	0,244	Valid
	X1.8	0,766	0,244	Valid
Konformitas Teman Sebaya	X2.1	0,881	0,244	Valid
	X2.2	0,837	0,244	Valid
	X2.3	0,834	0,244	Valid
	X2.4	0,838	0,244	Valid
	X2.5	0,869	0,244	Valid
	X2.6	0,880	0,244	Valid
	X2.7	0,834	0,244	Valid
	X2.8	0,872	0,244	Valid

Sumber : Olah data SPSS

Dari table di atas ditemukan bahwa pada tingkat signifikansi 0,05 dengan jumlah responden 67 orang dengan rumus N-2 didapatkan r tabel sebesar 0,244. Dan adapun jika r hitung lebih besar daripada r tabel, maka data tersebut dapat dikatakan valid dan layak digunakan untuk uji selanjutnya. Dan dilihat dari tabel di atas, seluruh item memiliki r hitung yang lebih besar daripada r tabel yang menandakan seluruh item dapat dikatakan valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	N of Items	Keterangan
Y	0,947	0,60	8	Reliabel
X1	0,836	0,60	8	Reliabel
X2	0,948	0,60	8	Reliabel

Sumber : Olah data SPSS

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Temuan penelitian pada tabel tersebut seluruh variabel tercermin dari Cronbach's Alpha yang berada di atas 0,60. Untuk Y memperoleh nilai 0,947, diikuti X1 0,839, X2 0,948. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel juga bisa diandalkan untuk pengukuran.

**Uji Statistik Deskriptif**

**Tabel 4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
totalx1	65	17	40	28.51	6.430
totalx2	65	8	40	25.55	9.535
totaly	65	8	40	25.55	8.307
Valid N (listwise)	65				

Sumber : Olah data SPSS

Statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel bantuan biaya hidup memiliki nilai minimum 17 dan maksimumnya yaitu 40 dengan rata-rata sebesar 28,51 (SD = 6,430), yang mengindikasikan kecenderungan responden memberikan penilaian relatif tinggi terhadap bantuan yang diterima dengan tingkat variasi yang sangat memadai. Variabel konformitas teman sebaya memiliki nilai minimum 8 dan maksimumnya yaitu 40 dengan rata-rata 25,55 (SD = 9,535), menunjukkan tingkat heterogenitas respons yang lebih besar dibandingkan variabel lainnya. Sementara itu, impulsive buying memiliki nilai minimum 8 dan maksimumnya yaitu 40 dengan rata-rata 25,55 (SD = 8,307), yang mencerminkan variasi perilaku impulsif yang cukup beragam dalam sampel penelitian. Secara umum, ketiga variabel menunjukkan distribusi respons yang memungkinkan dilakukan analisis regresi lebih lanjut.

**Uji Normalitas**

**Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

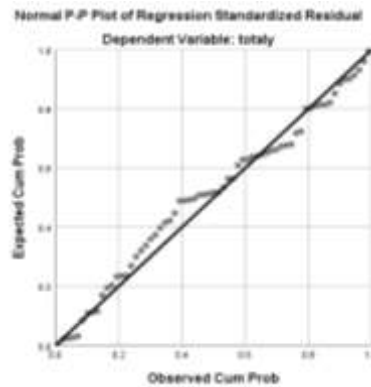
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.87259203
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.071
	Negative	-.104
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Olah data SPSS

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov melalui program SPSS. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig.) lebih besar dari 0,05. Hasil uji normalitas

terhadap residual menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,078 ( $> 0,05$ ). Yang artinya residual dalam model regresi berdistribusi normal.



Gambar 4.1 Hasil P-Plot

Grafik Normal P–P Plot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar mengikuti garis diagonal dengan penyimpangan yang relatif kecil. Pola tersebut mengindikasikan bahwa distribusi residual mendekati distribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi linier berganda dapat dinyatakan terpenuhi.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

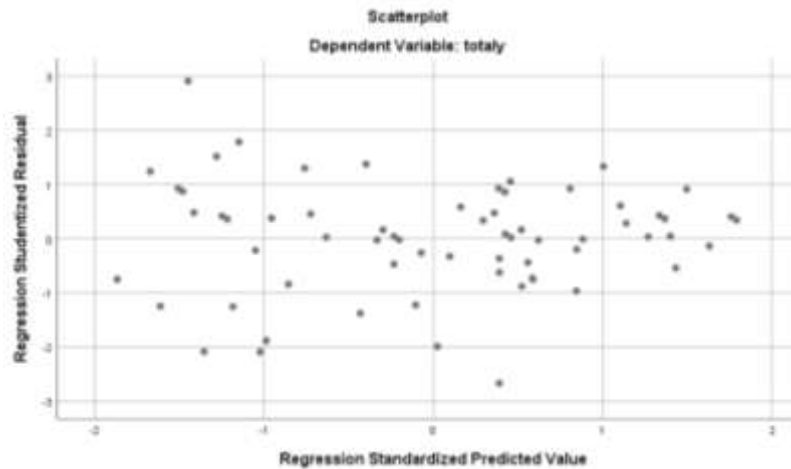
		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.353	2.405		.147	.884		
	totalx1	.237	.078	.183	3.031	.004	.958	1.044
	totalx2	.722	.053	.829	13.699	.000	.958	1.044

a. Dependent Variable: totaly

Sumber : Olah data SPSS 2026

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinearitas. Menurut Ghazali 2021, multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance pada masing-masing variabel independen sebesar 0,958 ( $> 0,10$ ) dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,044 ( $< 10$ ). Nilai tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat korelasi yang tinggi antarvariabel independen, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2 Scatterplot Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas melalui analisis scatterplot antara studentized residual dan standardized predicted value. Data tidak terjadi heteroskedastisitas ketika titik titik residual tidak membentuk pola tertentu dan terlihat acak. Hasil dari uji heteroskedastisitas di atas menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Sebaran residual yang relatif merata di atas dan di bawah garis nol mengindikasikan bahwa varians residual bersifat konstan. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

### Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.353	2.405		.147	.884		
	totalx1	.237	.078	.183	3.031	.004	.958	1.044
	totalx2	.722	.053	.829	13.699	.000	.958	1.044

a. Dependent Variable: totaly

Sumber : Olah data SPSS

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,353 + 0,237X_1 + 0,722X_2$$

Interpretasi persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,353 menunjukkan bahwa apabila variabel Bantuan Biaya Hidup dan Konformitas Teman Sebaya bernilai nol, maka nilai Perilaku Impulsive Buying sebesar 0,353.
2. Koefisien regresi Bantuan Biaya Hidup ( $X_1$ ) sebesar 0,237 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Bantuan Biaya Hidup akan

meningkatkan Perilaku Impulsive Buying sebesar 0,237 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

3. Koefisien regresi Konformitas Teman Sebaya ( $X_2$ ) sebesar 0,722 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Konformitas Teman Sebaya akan meningkatkan Perilaku Impulsive Buying sebesar 0,722 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

### Uji Koefisien Determinasi

#### 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885 <sup>a</sup>	.783	.776	3.935

a. Predictors: (Constant), totalx2, totalx1  
b. Dependent Variable: totaly

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,783. Hal ini menunjukkan bahwa 78,3% variasi Perilaku Impulsive Buying dapat dipengaruhi oleh variabel Bantuan Biaya Hidup dan Konformitas Teman Sebaya secara simultan, sedangkan sisanya sebesar 21,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,776 mengindikasikan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang kuat dan stabil dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

### Uji T (Parsial)

**Tabel 4.8 Hasil Uji T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.353	2.405		.147	.884		
	totalx1	.237	.078	.183	3.031	.004	.958	1.044
	totalx2	.722	.053	.829	13.699	.000	.958	1.044

a. Dependent Variable: totaly

Sumber : Olah data SPSS

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh Bantuan Biaya Hidup ( $X_1$ ) dan Konformitas Teman Sebaya ( $X_2$ ) terhadap Perilaku Impulsive Buying ( $Y$ ) secara terpisah. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05. Dan T hitung lebih besar dari T tabel, maka hipotesis diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel

dependen. Berdasarkan hasil uji t dengan derajat kebebasan (df) sebesar 62 dan tingkat signifikansi 0,05 (dua sisi), diperoleh nilai t tabel sebesar 1,998. Variabel Bantuan Biaya Hidup memiliki nilai t hitung sebesar 3,031 dengan signifikansi 0,004 ( $< 0,05$ ), sehingga t hitung  $>$  t tabel dan  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, Bantuan Biaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Impulsive Buying atau  $H_1$  diterima. Selanjutnya, variabel Konformitas Teman Sebaya memiliki nilai t hitung sebesar 13,699 dengan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ), sehingga t hitung  $>$  t tabel dan  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Konformitas Teman Sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Impulsive Buying atau  $H_2$  diterima.

### Uji F (Simultan)

**Tabel 4.2 Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3456.256	2	1728.128	111.631	.000 <sup>b</sup>
	Residual	959.806	62	15.481		
	Total	4416.062	64			

a. Dependent Variable: totaly

b. Predictors: (Constant), totalx2, totalx1

Sumber : Olah data SPSS

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Uji ini bertujuan untuk melihat apakah variabel Bantuan Biaya Hidup dan Konformitas Teman Sebaya secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perilaku Impulsive Buying. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, dan F hitung lebih besar dari F tabel, maka model regresi dinyatakan signifikan dan hipotesis diterima. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 111,631 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Dengan derajat kebebasan  $df_1 = 2$  dan  $df_2 = 62$ , diperoleh nilai F tabel sebesar 3,145. Karena F hitung  $>$  F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, Bantuan Biaya Hidup dan Konformitas Teman Sebaya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Impulsive Buying yang artinya  $H_3$  diterima.

### Ekonomi Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bantuan Biaya Hidup dan Konformitas Teman Sebaya berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Impulsive Buying, dengan pengaruh Konformitas Teman Sebaya yang lebih dominan. Temuan ini memiliki implikasi penting jika ditinjau dari perspektif ekonomi syariah.

Dalam ekonomi syariah, aktivitas konsumsi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual. Konsumsi dalam Islam diarahkan untuk memenuhi kebutuhan (hajjah) secara proporsional, bukan sekadar memuaskan keinginan (syahwat). Prinsip dasar

konsumsi dalam Islam menekankan keseimbangan (tawazun), kesederhanaan (i'tidal), serta larangan berlebih-lebihan (israf dan tabdzir).

### **1. Bantuan Biaya Hidup dalam Perspektif Syariah**

Bantuan Biaya Hidup yang diterima mahasiswa pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar pendidikan dan keberlangsungan studi. Dalam kerangka maqashid syariah, bantuan tersebut dapat dikategorikan sebagai upaya menjaga aspek hifz al-'aql (menjaga akal melalui pendidikan) dan hifz al-mal (pengelolaan harta secara bertanggung jawab). Artinya, bantuan tersebut memiliki tujuan yang sangat maslahat.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan persepsi terhadap bantuan biaya hidup berpengaruh terhadap perilaku impulsive buying. Hal ini dapat dijelaskan melalui teori ketersediaan uang (availability of money), di mana persepsi memiliki dana yang tersedia dapat meningkatkan dorongan konsumsi spontan. Dalam perspektif syariah, kondisi ini menunjukkan adanya potensi pergeseran orientasi dari pemenuhan kebutuhan menuju pemuasan keinginan.

Islam tidak melarang konsumsi, tetapi mengatur agar konsumsi tidak melampaui batas. Al-Qur'an secara tegas melarang israf (berlebihan) dan tabdzir (pemborosan). Oleh karena itu, ketika bantuan biaya hidup digunakan untuk konsumsi impulsif yang tidak direncanakan dan tidak didasarkan pada kebutuhan riil, maka terdapat potensi penyimpangan dari prinsip ekonomi syariah. Ini bukan berarti bantuan tersebut salah, tetapi menunjukkan pentingnya internalisasi nilai pengelolaan keuangan yang amanah dan penuh tanggung jawab.

### **2. Konformitas Teman Sebaya dan Tekanan Sosial dalam Konsumsi**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya memiliki pengaruh yang jauh lebih dominan terhadap perilaku impulsive buying. Dalam konteks ekonomi syariah, hal ini menunjukkan bahwa faktor sosial memiliki peran besar dalam membentuk pola konsumsi individu.

Islam mengakui bahwa manusia adalah makhluk sosial yang saling memengaruhi. Namun, Islam juga menekankan pentingnya kemandirian moral dan pengendalian diri (self-control). Ketika konsumsi didorong oleh kebutuhan untuk diterima dalam kelompok atau mengikuti gaya hidup lingkungan, maka orientasi konsumsi dapat bergeser dari rasionalitas dan kemaslahatan menuju pencitraan sosial.

Dalam konsep syariah, konsumsi ideal adalah konsumsi yang didasarkan pada prinsip maslahah (kemanfaatan) dan tidak terjebak pada dorongan eksternal yang bersifat sesaat. Konformitas yang mendorong perilaku impulsif berpotensi menjauhkan individu dari prinsip qana'ah (merasa cukup) dan mengarah pada perilaku konsumtif yang tidak produktif.

Dominannya pengaruh konformitas teman sebaya dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pembentukan karakter dan nilai spiritual menjadi faktor penting dalam mengendalikan perilaku konsumsi. Tanpa landasan nilai yang kuat,

tekanan sosial dapat dengan mudah menggeser pola konsumsi mahasiswa dari kebutuhan menuju keinginan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, maka kesimpulan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Bantuan Biaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Impulsive Buying. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan bahwa Bantuan Biaya Hidup memiliki nilai t hitung sebesar 3,031 dengan tingkat signifikansi 0,004 ( $< 0,05$ ). Karena t hitung (3,031)  $>$  t tabel (1,99897), maka H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi sebesar 0,237 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan Bantuan Biaya Hidup akan meningkatkan Perilaku Impulsive Buying sebesar 0,237 satuan. Hal ini juga menguatkan temuan dari Azizi, Arfani, Agustina, dan Sanjaya (2020), dan Rifqi Ahmad Nuruddin (2024) bahwa ketersediaan uang berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*.

Konformitas Teman Sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Impulsive Buying. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan bahwa Konformitas Teman Sebaya memiliki nilai t hitung sebesar 13,699 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Karena t hitung (13,699)  $>$  t tabel (1,99897), maka H2 diterima. Koefisien regresi sebesar 0,722 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Konformitas Teman Sebaya akan meningkatkan Perilaku Impulsive Buying sebesar 0,722 satuan. Variabel ini merupakan faktor yang paling dominan dalam model. Hal ini menguatkan temuan dari dNadea Rosi Atini Putri (2019), dan Elsa Azalika dan kawan-kawan (2025) keduanya menemukan bahwa konformitas teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku impulsive buying mahasiswa penerima KIP-K tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga secara kuat dipengaruhi oleh faktor sosial. Dalam perspektif ekonomi syariah, temuan ini menegaskan bahwa ketersediaan dana tanpa pengelolaan yang bijak berpotensi mendorong konsumsi yang melampaui kebutuhan. Sementara itu, dominannya pengaruh konformitas teman sebaya menunjukkan bahwa tekanan sosial dapat menggeser orientasi konsumsi dari prinsip keseimbangan (tawazun) menuju perilaku yang mendekati israf. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan dan internalisasi nilai qana'ah serta tanggung jawab (mas'uliyah) menjadi penting agar pemanfaatan bantuan biaya hidup tetap selaras dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi syariah.

### Saran

Secara praktis, diperlukan penguatan literasi keuangan berbasis nilai-nilai ekonomi syariah bagi mahasiswa penerima bantuan, agar penggunaan dana lebih terarah pada kebutuhan prioritas dan kemaslahatan jangka panjang. Institusi pendidikan juga dapat mengintegrasikan pembinaan karakter dan edukasi konsumsi

Islami sebagai bagian dari pendampingan mahasiswa. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain seperti kontrol diri, literasi keuangan, atau religiusitas guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumsi mahasiswa dalam perspektif ekonomi syariah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Azalika, E., Iqbal, M., & Susanti, Y. (2025). Pengaruh Fomo Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Pembelian Impulsif Pada E-commerce Tiktok Dengan Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi pada Gen Z pengguna E-commerce Tiktok di Bandar Lampung). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(5), 1143–1158.
- Azizi, M. H., Arfani, M. N., Agustina, Y., & Vicky, F. (2020). Pengaruh Kesenangan Hedonis , Availability of Time dan Availability of Money terhadap Impulse Buying ( Studi Kasus pada Marketplace Shopee ). *Digital Economic, Management, and Accounting Knowledge Development (DEMAAnD) UIN Raden Intan Lampung*, 02(02).
- Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. (1998). Impulse buying: Modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169–191. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80092-X](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80092-X)
- Bhakat, R. S., G, M., Shillong, I., & Trichy, N. (2025). *Impulse Buying in The Digital Age : A Conceptual Review and Research Agenda Toward an Integrated Theory of Spontaneous Consumption Authors*.
- Busstommi, R., & Agnes, M. (2024). *Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Penerima Bantuan Biaya Pendidikan KIP-Kuliah di Universitas Trunojoyo Madura*. 75–93.
- Ghozali, H. I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kemenag. (2020). *Petunjuk Teknis Program Kartu Indonesia Pintar Kuliah*.
- Kristalinawati, G., Sari, N. K., & Ilmi, M. (2025). *Penerapan Mental Accounting Terhadap Perilaku Konsumtif dan Self-Control Mahasiswa Penerima Beasiswa*. 6(1), 206–213.
- Maslow, A. H. (1943). *A Theory of Human Motivation*. Dancing Unicorn Books.
- Maulana, D., Ainulyaqin, M., Achmad, L., Misiden, K., & Mamun, S. (2024). Praktik Pemasaran TikTok Shop Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1410–1421. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13370>
- Myers, D. G. (2010). Social Psychology. 1. In *The Journal of nutrition* (Vol. 24).
- Nugroho, N. D. (2022). Hubungan Persepsi Harga dan Konformitas Dengan Pembelian Impulsif di Online Shop Pada Mahasiswa di Masa Pandemi. *Program Studi Psikologi UMY*.
- Nurhasanah, P., Achmad, Y., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2023). EFEKTIVITAS PENERAPAN UU. No. 13 TAHUN 2011 PADA PENANGANAN FAKIR MISKIN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI DINAS SOSIAL KABUPATEN BEKASI. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4589–4605. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10487>
- Nuruddin, R. A. (2024). *Pengaruh Promosi Jualan dan Availability of Money and Time*

*terhadap perilaku pembelian impulsif pada konsumen Generasi Z pengguna Shopee.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah.

- PUTRI, N. R. A. (2019). *Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif Mahasiswa.* Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rizqiyah, S. (2023). *Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Impulsive Buying Melalui E-commerce Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2020-2022.* FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG.
- Rook, D. W. (1987). *The Buying Impulse.*
- Sakum, S., & Iftia, H. (2020). PENGARUH PERSEPSI NASABAH TENTANG PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH . *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 5(01), 120 - 148. <https://doi.org/10.37366/jespb.v5i01.87>
- Soya Sobaya, Hidayanto, and S. (2016). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perencanaan Keuangan Pegawai Di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.* 115-121. <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/madania/article/view/90/89>.
- Stevanus. J. Gomie, A. Haris Tamalene, V. R. P. (2018). Pengaruh Ketersediaan Uang dan Konsumsi Hedonis terhadap Pembelian Impulse produk ole-ole khas Kota Ambon. *Jurnal Maneksi*, 7(2), 94-99. <https://doi.org/10.31959/jm.v7i2.192>
- Syuhada, W., Midisen, K., & Mamun, S. (2022). Peran Kepemimpinan Sumber Daya Manusia, Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Pengembangan Produk Ekonomi Syariah Di Indonesia. *Jurnal Pelita Ilmu*, 16(01), 64-69.