

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memiliki akses yang luas terhadap e-commerce, media sosial, promosi digital, live shopping, dan berbagai layanan pembayaran yang memudahkan aktivitas konsumsi. Fenomena belanja online generasi muda juga terlihat dari survei Jakpat tahun 2024 yang menunjukkan bahwa 91% responden melakukan transaksi online dan 62% Gen Z berbelanja melalui live shopping, sehingga konsumsi digital semakin menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda.<sup>1</sup> Kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak lagi hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh kemudahan teknologi dan tren digital.

Kemudahan akses konsumsi digital dapat mendorong mahasiswa pada perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri dan literasi keuangan yang baik. Dorongan untuk mengikuti tren, menjaga penampilan, membeli produk populer, atau memenuhi gaya hidup dapat membuat mahasiswa melakukan konsumsi di luar kemampuan finansialnya. OJK mengingatkan bahwa Gen Z dan milenial rentan terjatuh pada pinjaman online ilegal karena pengaruh gaya hidup, FOMO, dan YOLO. Selain itu, OJK mencatat standing pembiayaan fintech P2P lending

---

<sup>1</sup> Jakpat Insight, “Tren Belanja Online 2024: 62% Generasi Z Berbelanja Melalui Live Shopping,” Redaksi9.com, 2025, <https://www.redaksi9.com/read/15638/>.

mencapai Rp100,69 triliun per Februari 2026 dengan TWP90 sebesar 4,54%.<sup>2</sup> Oleh karena itu, perilaku konsumsi mahasiswa perlu dikaji karena berkaitan dengan gaya hidup, pengambilan keputusan keuangan, serta kemampuan mengendalikan keinginan konsumsi.

Dalam perspektif islam, konsumsi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai perilaku yang memiliki nilai moral dan spiritual. Seorang muslim tidak hanya dituntut untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga harus memperhatikan aspek halal, thayyib, manfaat, serta larangan berlebih-lebihan dalam konsumsi. Kajian tentang perilaku konsumsi halal di kalangan muslim menunjukkan bahwa religiusitas dan literasi halal memiliki peran dalam membentuk perilaku konsumsi produk halal, terutama karena konsumsi dalam islam berkaitan dengan praktik keagamaan dan kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah.<sup>3</sup> Dengan demikian, konsumsi islami menjadi dasar penting bagi mahasiswa muslim agar perilaku konsumsinya tidak hanya mengikuti keinginan, tetapi juga sesuai dengan prinsip islam.

Mahasiswa Muslim perlu memahami konsumsi islami karena mereka berada pada fase pembentukan kebiasaan, karakter, dan pola pengambilan keputusan konsumsi. Pada fase ini, mahasiswa mulai menentukan pilihan konsumsi secara mandiri, baik dalam makanan,

---

<sup>2</sup> Ferry Saputra, “TWP90 Naik Jadi 4,54% per Februari 2026, OJK Dorong Fintech Lending Lakukan Upaya Ini,” 2026, n.d., <https://amp.kontan.co.id/news/twp90-naik-jadi-454-per-februari-2026-ojk-dorong-fintech-lending-lakukan-upaya-ini>.

<sup>3</sup> Riyan Pradesyah Septiara, Dwi Mariska, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Halalproduk Di Kalangan Muslim Syariah,” *Indonesia Interdisipliner Journal Sharia Economics (Iijse)* 8, No. 2 (2025): 3938–3956.

minuman, fashion, kosmetik, perawatan kulit, hiburan, maupun layanan digital. Penelitian tentang literasi halal di perguruan tinggi islam menunjukkan bahwa literasi halal dapat membentuk gaya hidup mahasiswa muslim, termasuk dalam menggunakan uang secara sederhana, tidak bermewahan, tidak boros, dan lebih memperhatikan konsumsi produk halal.<sup>4</sup> Oleh karena itu, perilaku konsumsi mahasiswa muslim penting diteliti karena berkaitan dengan pembentukan gaya hidup yang sesuai dengan nilai-nilai islam.

Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Gaya hidup mencerminkan pola aktivitas, minat, dan opini individu dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam cara menggunakan waktu dan uang. Hal ini tercermin dari kecenderungan mahasiswa dalam memilih produk, mengikuti tren, serta menentukan prioritas konsumsi. Mahasiswa dengan gaya hidup yang cenderung mengikuti tren dan berorientasi pada kesenangan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk berperilaku konsumtif. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.<sup>5</sup> Dengan demikian, gaya hidup perlu dikaji karena dapat menentukan apakah mahasiswa mengonsumsi sesuatu berdasarkan kebutuhan atau sekadar mengikuti keinginan dan tren.

---

<sup>4</sup> Andri Ardiansyah Amrin, Supriyanto, "Fikrah: Journal Of Islamic Education, Vol. 6 No. 1 June 2022," *Journal Of Islamic Education* 6, No. 1 (2022): 1–16.

<sup>5</sup> Putri Marotain And Akhmad Jufri, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Universitas Mataram" 10, No. 02 (2025): 423–437, <https://doi.org/10.37366/Jespb.V10i02.2870>.

Gaya hidup yang berorientasi pada tren berpotensi mendorong mahasiswa melakukan konsumsi yang kurang sesuai dengan prinsip konsumsi islami. Ketika mahasiswa lebih mengutamakan gengsi, kepuasan sesaat, serta dorongan untuk mengikuti lingkungan sosial, perilaku konsumsi dapat bergeser ke arah yang lebih konsumtif dan berlebihan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Priscillia dkk. (2024) dalam penelitian Sandra Aulia Poernama dkk yang menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif, tekanan sosial, serta aspek kepribadian individu berpengaruh terhadap perilaku penggunaan pinjaman online di kalangan Generasi Z.<sup>6</sup> Oleh karena itu, gaya hidup menjadi variabel penting dalam penelitian ini karena diduga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa muslim.

Literasi halal merupakan faktor penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa muslim. Literasi halal mencakup pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai konsep halal, label halal, komposisi produk, proses produksi, serta kemampuan membedakan produk yang sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip syariah. Dalam perspektif perilaku konsumen, literasi halal berperan sebagai landasan kognitif yang mempengaruhi sikap dan preferensi individu dalam proses pengambilan keputusan konsumsi. Semakin tinggi tingkat pemahaman terhadap konsep halal, semakin kuat pula kecenderungan individu untuk menjadikan aspek kehalalan sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk, sehingga

---

<sup>6</sup> Sandra Aulia Poernama, Yani Achdiani, Mirna Nur Alia Abdulla “Pinjaman Online , Konsumerisme , Dan Krisis Finansial Generasi Z,” *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah* 4, No. 8 (2025): 977–985.

keputusan konsumsi yang diambil lebih sesuai dengan prinsip syariah.<sup>7</sup> Oleh karena itu, literasi halal menjadi elemen krusial yang mendasari mahasiswa muslim dalam menentukan pilihan konsumsi yang tidak hanya rasional, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai islam.

Literasi halal tidak hanya berkaitan dengan aspek pengetahuan, tetapi juga mencakup kemampuan individu dalam mengimplementasikan pengetahuan tersebut ke dalam perilaku konsumsi sehari-hari. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi halal yang tinggi cenderung menunjukkan perilaku yang lebih selektif dalam memilih berbagai produk, seperti makanan, minuman, kosmetik, skincare, fashion, hingga produk digital yang digunakan. Pemahaman yang komprehensif mengenai konsep halal tidak hanya meningkatkan pengetahuan individu, tetapi juga mendorong internalisasi nilai-nilai kehalalan dalam setiap keputusan konsumsi. Hal ini tercermin dari kecenderungan individu dengan tingkat pemahaman halal yang lebih baik untuk menjadikan aspek kehalalan sebagai pertimbangan utama dalam menentukan preferensi dan keputusan pembelian, sehingga perilaku konsumsinya lebih selaras dengan prinsip syariah.<sup>8</sup> Dengan demikian, literasi halal memiliki peran strategis sebagai faktor yang memperkuat perilaku konsumsi mahasiswa dalam memilih produk yang halal dan thayyib.

---

<sup>7</sup> Dinar Bagja Pratama Et Al., “Pengaruh Literasi Halal Dan Religiositas Terhadap Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa Mks Uin Sunan Gunung Djati Bandung,” *Journal Of Sharia Financial Management* 1 (2020): 1–12.

<sup>8</sup> Susanti Septria, “Pengaruh Halal Awareness Dan Halal Literacy Terhadap Preferensi Konsumen Memilih Produk Kosmetik Halal,” *Journal Of Economic, Business And Accounting* 7 (2024): 9102–9112.

Religiusitas merupakan tingkat keyakinan dan pengamalan individu terhadap ajaran agama yang dianut. Dalam konteks konsumsi, religiusitas berperan sebagai faktor internal yang mempengaruhi keputusan individu dalam memilih produk. Individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih memperhatikan aspek kehalalan dalam setiap aktivitas konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi islami pada mahasiswa muslim, khususnya dalam pemilihan makanan.<sup>9</sup> Dengan demikian, religiusitas menjadi salah satu faktor penting yang membentuk perilaku konsumsi individu sesuai dengan nilai-nilai agama yang diyakininya.

Religiusitas juga dapat berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumsi islami mahasiswa. Mahasiswa dengan gaya hidup modern tidak serta-merta menunjukkan perilaku konsumtif, terutama bila diimbangi dengan tingkat pemahaman agama, pengendalian diri, serta kesadaran untuk menghindari perilaku berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai religius mampu mengarahkan individu dalam menyikapi pengaruh gaya hidup yang berkembang. Dengan demikian, religiusitas tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumsi, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme penghubung yang memperkuat hubungan antara gaya hidup

---

<sup>9</sup> Redzuan Bin Abdul Rahman, Mohd. Al Ikhsan Bin Ghazali, "Understanding The Relationship Between Halal Food Choices And Religious Commitment Among Muslim Students In" 32 (2025): 760–769.

dan perilaku konsumsi islami.<sup>10</sup> Oleh karena itu, religiusitas diduga memiliki peran penting dalam mengarahkan gaya hidup mahasiswa agar tetap selaras dengan prinsip konsumsi islami.

Dengan adanya religiusitas sebagai variabel mediasi, pengaruh gaya hidup yang cenderung modern dan konsumtif tidak serta-merta mendorong perilaku yang menyimpang dari prinsip syariah, karena individu memiliki kontrol nilai yang bersumber dari ajaran agama. Demikian pula, literasi halal yang dimiliki mahasiswa akan lebih efektif dalam membentuk perilaku konsumsi islami apabila didukung oleh tingkat religiusitas yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas memiliki peran strategis dalam memperkuat hubungan antara faktor eksternal dan internal dalam membentuk perilaku konsumsi islami.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh gaya hidup, literasi halal, dan religiusitas terhadap perilaku konsumsi, sebagian besar penelitian masih menempatkan variabel-variabel tersebut secara parsial yang berpengaruh positif, sebagaimana ditemukan oleh Eka Melinda, Achmad Sani Supriyanto, dan Vivin Maharani Ekowati (2024),<sup>11</sup> Anis Setyowati dan Moch. Khoirul Anwar (2022),<sup>12</sup> Reni Prastiwi (2025),<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> Sanurdi Nirmalasari, "Pengaruh Halal Knowledge Dan Religiusitas Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal Dengan Sikap Konsumen Sebagai Mediasi," *Jurnal Hukum Islam* 8, no. 1 (2025): 96–110.

<sup>11</sup> Eka Melinda, Achmad Sani Supriyanto, Vivin Maharani Ekowati "Pengaruh Gaya Hidup , Religiusitas , Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Stai Al-Yasini Pasuruan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, No. 03 (2024): 2438–2447.

<sup>12</sup> Anis Setyowati Dan Moch. Khoirul Anwar "Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun," *Lisan Al-Hal : Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan* 16, No. 1 (2022): 108–124, <https://doi.org/10.35316/Lisanalhal>.

serta Ivadhatul Aula dan Aan Zainul Anwar (2024).<sup>14</sup> Selain itu, hingga saat ini masih terbatas penelitian yang menguji secara simultan pengaruh gaya hidup dan literasi halal terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa dengan menempatkan religiusitas sebagai variabel mediasi dalam satu model penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan tersebut. Sebagian besar penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Amrul Hidayat, Wahyuddin Abdullah, Andi Zulfikar, dan Andi Darussalam (2023) menggunakan religiusitas sebagai variabel moderasi.<sup>15</sup> Kondisi tersebut menunjukkan masih adanya ruang penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan pemaparan masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya hidup Dan Literasi Halal Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Mediasi”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa?

---

<sup>13</sup> Reni Prastiwi, “Pengaruh Gaya Hidup Halal Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Milenial,” *Jurnal Ekonomi Islam* 2 (2025): 165-195.

<sup>14</sup> Ivadhatul Aula And Aan Zainul Anwar, “Pengaruh Religiusitas , Literasi Halal Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Pada Masyarakat Di Jawa Tengah” 09, No. 02 (2024): 341–355, <https://doi.org/10.37366/Jespb.V9i02.1811>.

<sup>15</sup> Andi Darussalam Amrul Hidayat, Wahyuddin Abdullah, Andi Zulfikar, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Pola Konsumsi Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi,” *Universitas Abdurachman Saleh Situbondo*, 2023, 224–239.

2. Bagaimana pengaruh literasi halal terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap religiusitas?
4. Bagaimana pengaruh literasi halal terhadap religiusitas?
5. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa?
6. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa dengan religiusitas sebagai variabel mediasi?
7. Bagaimana pengaruh literasi halal terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa dengan religiusitas sebagai variabel mediasi?

### **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah, fokus, dan tidak melebar, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel penelitian yang digunakan meliputi:
  - a. Gaya hidup sebagai variabel independen (X1)
  - b. Literasi halal sebagai variabel independen (X2)
  - c. Religiusitas sebagai variabel mediasi (Z)
  - d. Perilaku konsumsi islami sebagai variabel dependen (Y)
2. Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa aktif jenjang Sarjana (S1) angkatan 2021-2025 yang beragama islam di Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang, dan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang sebagai responden penelitian.

3. Penelitian ini berfokus pada perilaku konsumsi islami mahasiswa terhadap produk dan layanan halal, seperti makanan, minuman, fashion, kosmetik, skincare, serta layanan digital yang sesuai dengan prinsip halal dan thayyib.
4. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh gaya hidup dan literasi halal terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa dengan religiusitas sebagai variabel mediasi, baik melalui pengaruh langsung maupun tidak langsung, tanpa mengkaji faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti pendapatan, lingkungan keluarga, teman sebaya, maupun faktor psikologis.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi halal terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap religiusitas.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi halal terhadap religiusitas.
5. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa.
6. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa dengan religiusitas sebagai variabel mediasi.

7. Untuk mengetahui pengaruh literasi halal terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa dengan religiusitas sebagai variabel mediasi.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian di harapkan hasil dari penelitian ini memiliki manfaat positif sebagai :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dalam bidang ekonomi syariah, khususnya terkait perilaku konsumsi islami mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya kajian mengenai pengaruh gaya hidup, literasi halal, serta peran religiusitas sebagai variabel mediasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada mahasiswa agar lebih bijak dalam berperilaku konsumsi sesuai prinsip islam. Bagi perguruan tinggi dan pihak terkait, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan edukasi literasi halal dan pembentukan perilaku konsumsi islami.

#### **F. Sistematika Penulisan**

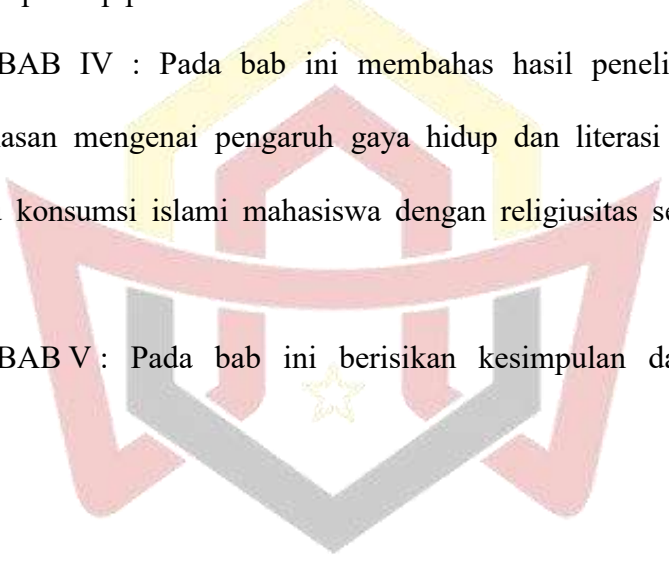
BAB I : Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang penulisan, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : Pada bab ini penulis menjelaskan landasan teori yang terdiri dari kerangka yang berkenan dengan judul yang terdahulu penelitian ini.

BAB III : Pada bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, objek penelitian dengan mengemukakan tempat dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, tahap-tahap penelitian dan analisis data.

BAB IV : Pada bab ini membahas hasil penelitian dan hasil pembahasan mengenai pengaruh gaya hidup dan literasi halal terhadap perilaku konsumsi islami mahasiswa dengan religiusitas sebagai variabel mediasi

BAB V : Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran-saran penulis.



UIN IMAM BONJOL  
PADANG