

ABSTRAK

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli secara berlebihan dengan mengutamakan kebutuhan sekunder dan tersier daripada kebutuhan primernya yang menyebabkan seseorang menjadi boros. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh penggunaan *e-commerce*, gaya hidup dan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2021 UIN Raden Fatah Palembang. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2021 UIN Raden Fatah Palembang, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 223 mahasiswi dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan memilih mahasiswi yang menggunakan *e-commerce* untuk berbelanja *fashion* muslimah. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar melalui *google form*. Jenis data yang digunakan yaitu data sekunder dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dan gaya hidup masing-masing secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi FEBI Angkatan 2021 UIN Raden Fatah Palembang, dengan nilai t hitung penggunaan *e-commerce* $(6,294) > t$ tabel $(1,651809)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai t hitung gaya hidup $(10,500) > t$ tabel $(1,651809)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan *locus of control* secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi FEBI Angkatan 2021 UIN Raden Fatah Palembang, dengan nilai t hitung $(-0,571) < t$ tabel $(1,651809)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,569 > 0,05$.

Kata kunci : E-commerce, gaya hidup, locus of control dan perilaku konsumtif

ABSTRACT

Consumptive behavior, characterized by excessive buying, prioritizes secondary and tertiary needs over primary needs, leading individuals to become extravagant. This research aims to investigate the influence of e-commerce usage, lifestyle, and locus of control on the consumptive behavior of female students at the Faculty of Islamic Economics and Business, Class of 2021, UIN Raden Fatah Palembang. The population for this study comprises female students of the Faculty of Islamic Economics and Business, Class of 2021, UIN Raden Fatah Palembang, with a sample size of 223 students selected using purposive sampling, specifically targeting those who use e-commerce for purchasing Muslim fashion. Data collection involves distributing questionnaires through Google Forms. Primary data are utilized, with data analysis techniques including instrument test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing.

Based on the conducted analysis, the results indicate that the use of e-commerce and lifestyle each has a partial influence on the consumptive behavior of female students at FEBI, Class of 2021, UIN Raden Fatah Palembang. The t-value for e-commerce usage (6.294) is greater than the t-table (1.651809), with a significance value of $0.000 < 0.05$. The t-value for lifestyle (10.500) is also greater than the t-table (1.651809), with a significance value of $0.000 < 0.05$. However, locus of control, when considered separately, does not significantly affect the consumptive behavior of these students, as indicated by a t-value of -0.571, which is less than the t-table (1.651809), and a significance value of $0.569 > 0.05$.

Keywords: E-commerce, lifestyle, locus of control, consumptive behavior.